

Andra
ȘERBĂNESCU

Cum gândesc și
cum vorbesc ceilalți
Prin labirintul culturilor

POLIROM
2007

Cuprins

<i>Cuvânt-înainte</i>	9
I. COMUNICAREA	15
1. Comunicarea prin limbă	15
1.1. <i>Limba</i>	15
1.2. <i>Procesul comunicării. Elementele componente</i>	23
1.3. <i>Particularitățile comunicării</i>	27
2. Nivelurile comunicării în societate	28
2.1. <i>Nivelul comunicării intrapersonale</i>	28
2.2. <i>Nivelul comunicării interpersonale</i>	30
2.3. <i>Nivelul comunicării organizaționale</i>	35
2.4. <i>Nivelul comunicării publice</i>	38
2.5. <i>Nivelul comunicării de masă</i>	41
2.6. <i>Nivelul comunicării interculturale</i>	42
3. Variabile care modelează comunicarea interpersonală	43
3.1. <i>Particularitățile individuale ale vorbitorului</i>	43
3.2. <i>Particularitățile individuale ale ascultătorului</i>	48
3.3. <i>Percepția</i>	48
3.4. <i>Relația dintre vorbitor și ascultător</i>	51
3.5. <i>Situația de comunicare</i>	52
3.6. <i>Scopul</i>	54
3.7. <i>Stilul comunicativ individual</i>	54
3.8. <i>Comportamentul comunicativ</i>	55
3.9. <i>Emoția</i>	59
3.10. <i>Competența de comunicare</i>	62
4. Structura interacțiunii verbale	63

5. Mecanisme comunicative	73
5.1. <i>Principiul cooperării</i>	73
5.2. <i>Principiul politetii</i>	75
Exerciții. Aplicații	77
II. CULTURA	107
1. Definiția antropologică a culturii	107
2. Metaforele culturii	109
3. Caracteristicile culturii	117
4. La temelia culturii : religia, familia, statul	126
5. Diversitatea culturală	134
5.1. <i>Modelul lui Kluckhohn și Strodtbeck.</i> <i>Valorile spre care se orientează cultura</i>	135
5.2. <i>Modelul lui Edward T. Hall</i>	139
5.3. <i>Modelul lui Geert Hofstede.</i> <i>Parametrii de variație culturală</i>	143
5.4. <i>Modelul lui Ronald Inglehart</i>	156
6. Emoția și cultura	157
7. Identitatea culturală	161
7.1. <i>Identitatea personală</i>	162
7.2. <i>Identitatea socială</i>	163
7.3. <i>Identitate personală și identitate culturală</i>	168
8. Stereotipurile culturale	171
Exerciții. Aplicații	173
III. STILURI CULTURALE DE COMUNICARE	199
1. Relativismul	202
1.1. <i>Relativismul lingvistic</i>	202
1.2. <i>Relativismul funcțional (Halliday, 1973)</i>	203
1.3. <i>Universalismul</i>	204
2. Diferențe comunicative induse cultural	204
2.1. <i>Nivelul lingvistic</i>	205
2.2. <i>Nivelul discursiv</i>	212
2.3. <i>Practicile discursive</i>	215
2.4. <i>Construirea semnificației</i>	219
2.5. <i>Structura interacțiunii</i>	233
2.6. <i>Relațiile interpersonale</i>	236
2.7. <i>Contribuția elementelor paraverbale</i> <i>și nonverbale la construirea semnificației</i>	249
2.8. <i>Concluzii</i>	255
3. Corelații între variabilele culturale și stilurile comunicative	255
3.1. <i>Clasificarea lui Gudykunst (1988)</i>	258
3.2. <i>Clasificarea lui Clyne (1994)</i>	260
3.3. <i>Clasificarea lui FitzGerald (2003)</i>	260
4. Rolul limbii în comunicare	262
Exerciții. Aplicații	264
IV. CULTURI ÎN CONTACT	273
1. Întâlnirea dintre culturi	273
1.1. <i>Ciocnirea culturală. Șocul cultural</i>	273
1.2. <i>Reacția indivizilor la șocul cultural : aculturarea</i> <i>și alienarea</i>	276
2. Comunicarea interculturală	279
3. Competența de comunicare interculturală	287
4. Identitatea interculturală	293
Exerciții. Aplicații	296
V. CULTURA ROMÂNĂ. REPERE	305
1. Valorile culturii române	310
1.1. <i>Eclectismul</i>	310
1.2. <i>Adaptarea</i>	319
1.3. <i>Neamul</i>	336
1.4. <i>Cu frica lui Dumnezeu</i>	340
1.5. <i>Spiritul frust</i>	342
2. Stilul de a vorbi al românilor	351
2.1. <i>Limba</i>	351
2.2. <i>Strategiile de comunicare</i>	354
Exerciții. Aplicații	369
<i>Bibliografie</i>	387
<i>Indice</i>	399

Cuvânt-înainte

Contextul general. Fenomenul globalizării presupune contacte tot mai multe și mai diverse între indivizi proveniți din culturi diferite: întâlniri politice, negocieri economice, educație școlară/academică în alte țări decât cea de origine, schimburi culturale, oportunități de lucru în străinătate, turism, emigrare etc. Toate aceste experiențe, depășind granițele propriei culturi, sunt experiențe interculturale: individul intră într-o lume nefamiliară lui, trăiește printre oameni care vorbesc, arată, se îmbracă, se poartă, gândesc altfel, se confruntă cu obiceiuri, concepții, credințe diferite de cele din țara de origine. Pentru a comunica eficient într-o comunitate străină, individul trebuie să învețe să abordeze diferențele, să li se adapteze, construindu-și o nouă personalitate: o personalitate interculturală. A comunica cu o persoană dintr-o altă cultură înseamnă mai mult decât a vorbi o limbă străină corect gramatical – înseamnă în primul rând a comunica în concordanță cu așteptările acelei persoane, cu practicile sociale și discursive care formează bagajul său cultural, înseamnă a te adapta nevoilor și așteptărilor celui alt.

Domeniul comunicării interculturale: între teorie și practică. Domeniul comunicării interculturale se constituie la intersecția unor observații, date, analize, teorii provenite din domenii relativ diverse – antropologie, studii culturale, psihologie, sociologie, comunicare. Ceea ce dă unitate acestor perspective eclectice este scopul cercetărilor: de a oferi un cadru general menit să faciliteze comunicarea dintre oameni care s-au născut și trăiesc în diverse părți ale lumii, prin cunoașterea, înțelegerea, tolerarea și aprecierea diferențelor. De exemplu: Cum comunică un american cu un japonez, un italian cu un suedez, un grec cu un turc? Cum se explică diferențele de percepții, expectații, viziuni, forme de

comunicare dintre ei? Cum pot fi conciliate diferențele, cum pot fi evitate neînțelegerile și conflictele?

În domeniul teoriei comunicării interculturale, obiectivele teoretice ale cercetării se corelează cu obiectivele practice privind comunicarea cotidiană.

Fondatorul domeniului comunicării interculturale este considerat E. Hall, primul care a folosit sintagma *comunicare interculturală* în cadrul cursurilor ținute împreună cu lingvistul S. Trager la Foreign Service Institute (Washington) pentru diplomații americani. De atunci, comunicarea interculturală a devenit materie de studiu în universitățile din întreaga lume, subiect de cercetare pentru antropologi, sociologi, psihologi, lingviști, subiect al unor traininguri pentru persoane care lucrează sau locuiesc în medii multiculturale. Aplicațiile practice ale teoriilor se regăsesc în afaceri și management, în educație (predarea limbii materne străinilor, desfășurarea proceselor de învățare în medii multiculturale), în marketing și publicitate, în diplomație.

Domeniul comunicării interculturale în România. În România, comunicarea interculturală este materie de studiu la facultățile de comunicare, sociologie, psihologie, jurnalism, științe politice, relații internaționale, litere, limbi străine, diplomație. Perspectiva interculturală este prezentă în programele de gimnaziu și liceu; manualele de română și, mai ales, cele de limbi străine sunt elaborate din perspectiva comunicării (inter)culturale. Suportul de studiu și baza teoretică sunt reprezentate de câteva cărți în limbi străine (puține și neactualizate, nu întotdeauna cele mai bune) achiziționate de bibliotecile din România, compilații sumare integrate de obicei ca paragrafe în alte cărți de comunicare, câteva traduceri cărora le lipsește perspectiva ansamblului. Cu toate acestea, puține dintre persoanele angajate, prin natura profesiei lor, în situații de comunicare interculturală cunosc dificultățile unei interacțiuni de acest tip.

Această carte este o introducere în domeniul comunicării interculturale: propune o privire de ansamblu, sintetică, asupra domeniului, corelând abordarea din antropologie cu perspectiva comunicativ-lingvistică. Bazată pe o amplă bibliografie, lucrarea prezintă conceptele de bază, sintetizează cercetările în domeniu, exemplifică prin situații concrete de comunicare din diverse limbi-culturi, propune exerciții concepute ca momente de reflecție, autoverificare și autoevaluare pentru cititori.

Prin conținut și formă, este în acord cu ultimele publicații internaționale în domeniu. *Cum gândesc și cum vorbesc ceilalți. Prin labirintul culturilor* este un ghid practic având subiacente rezultatele cercetărilor academice în domeniu.

Prin elementele teoretice și practice, volumul contribuie la educarea și formarea unei personalități interculturale: o personalitate deschisă la nou și la schimbare, tolerantă, flexibilă și adaptabilă realităților multiple și diverse ale lumii actuale, cu gândire critică și spirit de observație, cu gândire practică, dar și speculativă – într-un cuvânt, o personalitate conștientă de multiplele forme pe care le îmbracă diversitatea.

Deși se bazează pe cercetări riguroase în domeniu, cartea a fost redactată într-un stil accesibil unei largi categorii de cititori. Ea acceptă lecturi multiple, în funcție de scopul cititorului. Se adresează așadar studenților și profesorilor de la diverse facultăți umaniste (comunicare și relații publice, sociologie, psihologie, științe politice, jurnalism, relații internaționale, antropologie, litere, limbi străine etc.), ca suport de studiu; cercetătorilor în domeniile implicate în comunicarea interculturală, care vor găsi sinteze și trimiteri utile la diverse probleme de interes actual; cercetătorilor interesați de specificul cultural al limbii române sau persoanelor care ar putea găsi un beneficiu în cunoașterea specificului nostru național; profesorilor care predau în contexte multiculturale; profesorilor care predau limba română ca limbă străină; profesorilor care predau limbile unor minorități naționale, ca fundal de abordare interculturală a comunicării și a problemelor sociale; elevilor și profesorilor de liceu, ca fundal de înțelegere a manualelor și programelor școlare, care prevăd corelații între fenomenele culturale/literare/lingvistice românești și cele străine, precum și corelații interdisciplinare; traducătorilor și interpreților (în diverse domenii); persoanelor care oferă servicii lingvistice și servicii de asistență culturală imigranților în România; trainerilor care organizează seminare de pregătire interculturală în companiile multinaționale din România; practicanților în domeniul managementului, publicității etc. care vor să-și lărgescă orizontul de cunoaștere și înțelegere a comunicării inter- și transculturale și care trebuie să găsească soluții eficiente de comunicare; diplomaților; tuturor celor care se văd, într-un viitor mai apropiat sau mai îndepărtat, intrând în contact cu oameni proveniți dintr-o altă cultură; tuturor celor curioși să cunoască și să înțeleagă diferențele de gândire și comunicare dintre diversele populații de pe glob.

Cartea este organizată în cinci capitole: I. *Comunicarea*; II. *Cultura*; III. *Stiluri culturale de comunicare*; IV. *Culturi în contact*; V. *Cultura română. Repere*.

Capitolul I introduce concepte fundamentale de comunicare, definindu-le, comentându-le, exemplificându-le și relaționându-le pentru a face posibilă înțelegerea abordărilor care urmează. La sfârșitul capitolului, cititorul va avea o imagine sintetică și generală asupra procesului comunicării, a determinărilor multiple care îl modelează. Înțelegerea mecanismelor comunicării oferă și beneficiul practic al dezvoltării abilităților personale de comunicare.

Capitolul II definește cultura în termeni antropologici și prezintă câteva modele teoretice de abordare unitară a formelor în care se manifestă diversitatea de mentalitate, de atitudini, de practici sociale, de strategii comunicative. Elementele teoretice esențializate sunt bogat exemplificate prin fapte din diverse culturi ale lumii. La sfârșitul capitolului, cititorul va avea cunoștințele necesare pentru a înțelege și a-și explica diferențele dintre culturi și va dispune de instrumente pentru a-și modela atitudinile și comportamentele astfel încât întâlnirile sale interculturale să fie eficiente și să îi aducă satisfacții.

Capitolul III corelează perspectiva antropologică asupra comunicării interculturale cu perspectiva comunicativ-lingvistică. Integrând conceptele din primul capitol și conceptele din al doilea, prezentarea va contura o hartă a asemănărilor și deosebirilor privind felul în care vorbesc oameni din diverse culturi și cum se comportă ei când se întâlnesc pentru a dialoga. La sfârșitul capitolului cititorul va avea o „listă de control” care îi va prezenta punctele de posibilă divergență în stilul de a comunica al unor indivizi aparținând unor culturi diferite, fiind astfel pus în gardă.

Capitolul IV prezintă aspectele principale implicate în dialogul dintre oameni provenind din culturi diferite, care practică stiluri comunicative diferite. Trecând în revistă formele de adaptare reciprocă și efectele șocului cultural, prezentarea reține soluții concrete pentru formarea unei personalități interculturale. La sfârșitul capitolului cititorul va ști cum să-și modeleze comportamentele comunicative în funcție de proveniența culturală a interlocutorului, cum să evite capcanele neînțelegerilor, cum să interpreteze comportamentele observate la străini, va ști la ce să se aștepte când va discuta cu un american, un francez, un turc, un japonez etc.

Capitolul V propune o interpretare a culturii române în perspectiva abordărilor din capitolele precedente, concentrându-se mai întâi asupra specificului național, apoi asupra specificului comunicativ al românilor. Cititorul va găsi în prima parte a capitolului o sinteză personală a unor puncte de vedere exprimate de sociologi, psihologi, esteticieni, folcloriști, filosofi de marcă ai culturii române. Citatele ample au rolul de a evidenția concepțiile lor extrem de moderne și actuale. În partea a doua va găsi o caracterizare a modului în care „vorbesc românii”; este o schiță bazată pe cercetări personale, detaliate în volumul *Cum vorbesc românii. Studii de comunicare (inter)culturală* (Editura Universității București, 2007). La sfârșitul capitolului cititorul va avea posibilitatea să reflecteze asupra elementelor prezentate, să descopere altele, pentru a confirma sau infirma opiniile expuse. Oricum, se va afla la un început de drum, pe care, dacă îl va parcurge, va avea posibilitatea să se cunoască mai bine pe sine și să-i înțeleagă mai ușor pe ceilalți.

Andra Șerbănescu
București, octombrie 2007

I. COMUNICAREA

1. Comunicarea prin limbă

Comunicarea este procesul prin care se face schimbul de informații între organisme: celulele comunică între ele asigurând astfel schimbul de substanțe, animalele comunică prin sunete, mișcări, mirosuri, oamenii comunică prin intermediul unui sistem complex de simboluri.

Comunicarea umană reprezintă ansamblul formelor de interacțiune și totalitatea proceselor prin care oamenii partajează informație în cadrul societății și se raportează la mediu. Între celelalte tipuri de comunicare, comunicarea umană se distinge prin unicitate și complexitate: alături de elementele nonverbale (mimică, gesturi, poziții corporale, mișcări etc.) și de cele paraverbale (sunete, intonații, variații de intensitate și înălțime a tonului), în centrul comunicării umane se află limba. Comunicarea umană este o formă de comportament social, dobândit prin învățare.

1.1. Limba

În procesul comunicării, indivizii transpun reprezentările cognitive, mentale în reprezentări lingvistice. Limba este un sistem complex de semne și simboluri folosite de oameni în scopul comunicării.

A comunica într-o limbă înseamnă a asocia forme și conținuturi și a le organiza pe baza unor reguli sintactice, semantice și pragmatice validate de comunitate într-un anumit moment al existenței sale, înseamnă a împărtăși aceleași așteptări și predicții în prezența semnelor vehiculate.

Când comunică prin intermediul limbii, oamenii folosesc cuvinte. Acestea au o formă sonoră (rezultată prin combinarea unor sunete) și un conținut, o semnificație (reprezintă concepte ale unor realități din univers, din lumea înconjurătoare). Asocierea dintre forma sonoră și conținut este, de cele mai multe ori, *arbitrară*, în sensul că nu există o motivare pentru o anumită asociere: nu există niciun motiv rațional pentru care unele comunități asociază semnificației reprezentate mai jos:



secvența de sunete *c+a+s+ă* și nu *l+a+c, p+i+s+i+c+ă, a+n*; asocierea dintre semnificație și fonie este rezultatul unei *convenții sociale*, a unei convenții între membrii societății, astfel încât, în comunitatea vorbitorilor de limbă română, conceptul reprezentat prin imaginea de mai sus va fi asociat cu *casă*, în cea a vorbitorilor de franceză cu *maison*, în cea a vorbitorilor de engleză cu *house* și așa mai departe. Odată adoptată, această convenție de asociere este, în general, *stabilă* în timp, ceea ce asigură comunicarea dintre membrii societății și transmiterea limbii din generație în generație. Stabilitatea acestei asocieri convenționale și arbitrară este însă *limitată*, tocmai pentru că este o asociere convențională și arbitrară; astfel, în timp, foniei *casă* i s-au adăugat diverse semnificații suplimentare, mai mult sau mai puțin legate de reprezentarea anterioară – de exemplu, *adăpost, familie, casă*

de copii, casă de modă, casă de marcat etc. Toate aceste trăsături inerente ale semnului lingvistic¹ explică existența în lume a unui număr mare, dar finit, de limbi, precum și evoluția limbilor în timp și spațiu. Semnele lingvistice au diverse grade de complexitate: cel mai mic grad de complexitate îl are cuvântul (*casă*), a cărui fonie rezultă din combinarea sunetelor specifice unei limbi; urmează grupul de cuvinte, adică sintagma (*casa mea, casă nouă, casa de acolo, casa nouă de peste drum, casa nouă a prietenului meu, Dan* etc.), propoziția (*Casa nouă de acolo este a prietenului meu, Dan*), fraza (*Casa nouă pe care o vezi acolo, peste drum, este a prietenului meu, Dan*), textul:

Publicația lunară CASA MEA se adresează publicului ce intenționează să își construiască, extindă sau renoveze casele – reședințe permanente sau case de vacanță. Cei direct implicați în domeniile proiectării, execuției, pieței materialelor de construcții, finisajelor, echipamentelor și instalațiilor, precum și persoanele pasionate de domeniul abordat de revistă pot găsi în paginile acesteia subiecte de interes. Modele de case și amenajări peisajere, informații de actualitate din lumea construcțiilor, prezentări de tehnologii și produse specifice – acestea sunt rubricile centrale, prezentate într-un format de 180 de pagini bogat ilustrate. Cu un tiraj de 20.000 de exemplare, orientat către un target precis și cu o distribuție națională performantă, CASA MEA asigură o eficientă promovare a jucătorilor de top din domeniile menționate (<http://www.hiparion.com/reviste/casa-mea.html>).

Semnele se constituie și funcționează la trei niveluri: sintactic, semantic și pragmatic (Morris, 1939). La *nivel sintactic*, semnele se combină după un set de reguli specifice fiecărei limbi: reguli

1. Teoria prezentată mai sus poartă numele de *teoria semnului lingvistic*, elaborată la începutul secolului al XIX-lea de lingvistul genevez Ferdinand de Saussure, în cadrul unei teorii mai ample a semnelor, *semiotica*. Semnele lingvistice sunt doar un tip de semne care funcționează în societate, alături de altele, cum ar fi: semnele marinărești, semnele de circulație, semnele prin care comunică surdomușii, semnele matematice.

de combinare a sunetelor (reguli fonetice: *c+a+s+ă*, nu *ă+c+s+a*), reguli de combinare a morfemelor (adică a unor părți ale cuvântului, reguli morfologice: *cas+e+le*, nu *le+e+cas*), reguli de combinare a cuvintelor (reguli sintactice: *Și-a cumpărat o casă nouă*, nu *Nouă o a și casă cumpărat*). La nivel semantic, fonia *casă* realizează în limba română următoarea partiție a realității:

CĂS//Ă¹ ~e f. 1) Construcție servind ca locuință pentru oameni.

◊ **De** ~ produs în condiții casnice. **A avea** ~ **și masă** a fi îndestulat.

2) Totalitatea bunurilor ce constituie averea unei persoane; gospodărie.

3) Încăpere cu destinație specială într-o clădire. ~ **a ascensorului**.

◊ ~ **a mare** odaie în casele țărănești destinată oaspeților. 4) Totalitatea

persoanelor înrudite care locuiesc împreună; familie. ◊ **A face** ~

cu cineva a trăi în înțelegere; a trăi cu cineva în căsnicie. 5) Nume

dat unor instituții, așezăminte, firme comerciale etc. ~ **de cultură**.

~ **de odihnă**. ~ **a scriitorilor**. 6) Unitate economică (de producție,

de comerț sau de servicii sociale) care are o conducere unică;

întreprindere. [G.-D. **casei**] /<lat. *casa*.

CĂS//Ă² ~e f. 1) Dulap sau lădiță specială în care se păstrează bani,

hârtii de valoare, documente etc.; seif. 2) Loc special amenajat

într-un magazin unde se achită costul cumpărăturilor. 3) Încăpere

într-o instituție unde se fac încasările și plățile; casierie. 4) Sumă de

bani în numerar de care dispune casieria unei întreprinderi, organi-

zații etc. ◊ **A face** ~ **a a face** bilanțul încasărilor și plăților unei zile.

[G.-D. **casei**] /<it. *cassa*; germ. *Kasse*.

CĂSĂ³ Boală a vinurilor pe care acestea o capătă când ajung în

contact cu aerul și care se caracterizează prin tulburare și prin

schimbarea culorii. /<fr. *casé* (<http://dexonline.ro>).

În engleză, corespondentul sonor *house* realizează următoarea partiție:

– **noun**

1. a building in which people live; residence for human beings.

2. a household.

3. (*often initial capital letter*) a family, including ancestors and descendants: *the great houses of France*; *the House of Hapsburg*.

4. a building for any purpose: *a house of worship*.

5. a theater, concert hall, or auditorium: *a vaudeville house*.

6. the audience of a theater or the like.

7. a place of shelter for an animal, bird, etc.

8. the building in which a legislative or official deliberative body meets.

9. (*initial capital letter*) the body itself, esp. of a bicameral legislature: *the House of Representatives*.

10. a quorum of such a body.

11. (*often initial capital letter*) a commercial establishment; business firm: *the House of Rothschild*; *a publishing house*.

12. a gambling casino.

13. the management of a commercial establishment or of a gambling casino: *rules of the house*.

14. an advisory or deliberative group, esp. in church or college affairs.

15. a college in an English-type university.

16. a residential hall in a college or school; dormitory.

17. the members or residents of any such residential hall.

18. *Informal*. a brothel; whorehouse.

19. *British*. a variety of lotto or bingo played with paper and pencil, esp. by soldiers as a gambling game.

20. Also called **parish**. *Curling*. the area enclosed by a circle 12 or 14 ft. (3.7 or 4.2 m) in diameter at each end of the rink, having the tee in the center.

21. *Nautical*. any enclosed shelter above the weather deck of a vessel: *bridge house*; *deck house*.

22. *Astrology*. one of the 12 divisions of the celestial sphere, numbered counterclockwise from the point of the eastern horizon.

– **verb (used with object)**

23. to put or receive into a house, dwelling, or living quarters: *More than 200 students were housed in the dormitory*.

24. to give shelter to; harbor; lodge: *to house flood victims in schools*.

25. to provide with a place to work, study, or the like: *This building houses our executive staff*.

26. to provide storage space for; be a receptacle for or repository of: *The library houses 600,000 books*.

27. to remove from exposure; put in a safe place.

28. *Nautical.*

- a. to stow securely.
- b. to lower (an upper mast) and make secure, as alongside the lower mast.
- c. to heave (an anchor) home.

29. *Carpentry.*

- a. to fit the end or edge of (a board or the like) into a notch, hole, or groove.
- b. to form (a joint) between two pieces of wood by fitting the end or edge of one into a dado of the other.

– *verb (used without object)*

- 30. to take shelter; dwell.

– *adjective*

- 31. of, pertaining to, or noting a house.
- 32. for or suitable for a house: *house paint*.
- 33. of or being a product made by or for a specific retailer and often sold under the store's own label: *You'll save money on the radio if you buy the house brand*.
- 34. served by a restaurant as its customary brand: *the house wine*.

– *Idioms*

- 35. **bring down the house**, to call forth vigorous applause from an audience; be highly successful: *The children's performances brought down the house*.
- 36. **clean house**.
- 37. **dress the house**, *Theater*.
 - a. to fill a theater with many people admitted on free passes; paper the house.
 - b. to arrange or space the seating of patrons in such a way as to make an audience appear larger or a theater or nightclub more crowded than it actually is.
- 38. **keep house**, to maintain a home; manage a household.
- 39. **like a house on fire** or **afire**, very quickly; with energy or enthusiasm: *The new product took off like a house on fire*.
- 40. **on the house**, as a gift from the management; free: *Tonight the drinks are on the house*.

41. **put or set one's house in order,**

- a. to settle one's affairs.
- b. to improve one's behavior or correct one's faults: *It is easy to criticize others, but it would be better to put one's own house in order first*.

(<http://dictionary.reference.com>)

La *nivel pragmatic*, semnele intră în diverse relații cu utilizatorii. Modul în care aceștia folosesc semnele lingvistice depinde de CINE folosește un semn lingvistic (o persoană cu grad mai mare sau mai mic de instrucție, un vorbitor nativ sau un străin care poate face greșeli, un vorbitor mediu sau un specialist într-un anumit domeniu, un adult, un bătrân sau un copil, o femeie sau un bărbat etc.), CE dorește să comunice folosind acel semn (să transmită o informație, să facă un comentariu personal, să facă o glumă etc.), CUI i se adresează (unui vorbitor mediu, unui specialist, unui copil, unui adult, unei persoane cu probleme psihiatrice etc.), PE CE CANAL (într-o comunicare față în față, la telefon, prin intermediul unui text tipărit, la televizor), ÎN CE FORMĂ (monolog sau dialog, întrebare sau ordin, text în proză sau în versuri etc.), UNDE ŞI CÂND (locul şi momentul comunicării influențează elaborarea mesajelor: un cadru academic, în magazin, pe stradă, la serviciu, dimineața sau la miezul nopții, imediat după un eveniment trist sau după unul fericit), CU CE SCOP (pentru a pune în circulație o informație, pentru amuzament, pentru a convinge, pentru a manipula, pentru a oferi sprijin emoțional unei persoane, pentru a consilia, pentru a vindeca etc.).

În cadrul societății, limba îndeplinește mai multe funcții interferente: de etichetare (adică de identificare și numire a obiectelor din realitate), de interacțiune (de relaționare cu ceilalți membri ai societății), de transmitere (de informație), de satisfacere a unor nevoi individuale și sociale (exprimarea emoției, structurarea gândirii, organizarea relațiilor interumane, rămânerea în istorie prin stocarea de informație, exprimarea identității de grup și personale).

În procesul comunicării, oamenii recurg cel mai adesea la limbă; dar limba nu este singurul sistem de semne folosit, ci doar cel mai complex, cel mai elaborat. Se pare însă că doar 10% din informația transmisă este comunicată prin limbă. Alături de semnele lingvistice, în comunicare intervin elementele paraverbale și cele nonverbale. Elementele paraverbale sunt formate din ansamblul sunetelor nearticulate, deci ansamblul emisiilor vocale percepute auditiv – altele decât vocalele și consoanele, care se combină pentru a constitui semnele lingvistice. În categoria elementelor paraverbale intră variațiile de intensitate ale tonului, înălțimea, viteza vorbirii, colorarea afectivă a unor enunțuri (milă, ură, dispreț, interes, neliniște etc.), lungimea pauzelor. Acestea transmit informații legate de procesarea mesajului de către vorbitor, atitudinea vorbitorului față de mesaj sau față de interlocutor, afectele subiacente comunicării, particularități de personalitate ale vorbitorului, rolul mai important sau mai puțin important al unei secvențe în cadrul comunicării etc. Elementele nonverbale sunt transmise prin alte mijloace decât cele verbale și receptate pe alte canale decât cel auditiv. Intră în această categorie mimica, mișcările ochilor, zâmbetul, pozițiile corporale, folosirea spațiului, înfățișarea individului în ansamblu, mirosurile etc. Elementele nonverbale se află în diverse raporturi cu comunicarea lingvistică: dublează informația codificată lingvistic, întărind-o (a spune „da” și, în același timp, a da din cap în semn afirmativ), completează informația codificată lingvistic („Șterge praful!” – spune indicând spre birou), dezambiguizează informația („Pune-o aici!” – spune indicând primul raft al bibliotecii), substituie elementele verbale („Vine?” – îmi răspunde dând din cap în semn că „nu”), schimbă semnificația elementelor verbale („Ești foarte inteligent!” – intonație, mimică, privire exprimând contrariul). În afară de faptul că reprezintă 90% din semnificațiile transmise în procesul comunicării, elementele paraverbale și nonverbale, care însoțesc mesajul conștient sau inconștient, sunt prioritare în decodarea semnificației. Dacă vorbim cu o persoană care, în

timp ce discută cu noi, se uită atentă pe monitorul computerului, avem tendința să considerăm că nu ne ascultă, deși verbal ea ne asigură: „Spune, te urmăresc cu cea mai mare atenție!”; dacă ne întâlnim pe stradă cu o cunoștință și o întrebăm ce face, iar aceasta spune: „Bine, foarte bine!”, tindem să credem contrariul dacă propoziția a fost intonată descendent, fără entuziasm, dacă persoana arăta rău (palidă, cu cearcăne, prost îmbrăcată, ciufulită), iar pe fața ei se citea tristețea.

1.2. *Procesul comunicării. Elementele componente*

Comunicarea este un proces presupunând următoarele elemente: emițător (vorbitor), receptor (ascultător), canal de comunicare (scris sau oral, direct sau mediat prin telefon, radio, computer etc.), cod (simbolurile și regulile de combinare a simbolurilor, în mod particular limba în care are loc comunicarea – vezi *supra*, 1.1), context (situația largă în care intervine comunicarea), referent (starea de fapte din lumea reală la care se referă comunicarea). Fiecare dintre aceste elemente influențează felul în care comunicăm.

Datele psiho-fizice ale emițătorului se reflectă în temele abordate, concepțiile pe care le expune, atitudinea față de interlocutor, interesul pentru comunicare, abilitățile de folosire a limbii și de relaționare prin limbă, credibilitatea în fața interlocutorilor, atracția interpersonală etc.; datele psiho-fizice ale receptorului, abilitățile sale de percepție și interpretare a mesajului, capacitatea lui de a oferi un feedback superficial sau real, atracția interpersonală, inteligența, memoria etc. influențează atât mesajul vorbitorului, cât și configurația de ansamblu a schimbului verbal; codul, în mod particular limba de comunicare, presupune activarea unor reguli determinate de producerea semnificației, precum și o viziune particulară asupra realității (vezi capitolul III); alegerea canalului – scris, de pildă – presupune absența elementelor paraverbale și nonverbale, a unui feedback imediat, în timp ce

medierea mesajului prin radio, de pildă, înseamnă absența monitorizării vizuale, dar prezența elementelor auditive de tip verbal și paraverbal; contextul presupune o multitudine de elemente, de la locul și momentul concret în care se desfășoară comunicarea la istoria comunicativă comună celor doi, de la factori de natură relațională (numărul participanților la interacțiune, relațiile dintre ei) la vecinătățile strict lingvistice ale mesajului, de la determinările pasagere, tranzitorii ale mesajului la elemente constante, cum ar fi cultura, ca ansamblu al tuturor modurilor de viață, al reprezentărilor și formelor de simbolizare specifice unei comunități (vezi capitolul I); referentul este identificat global cu tema de discuție (se vorbește diferit despre gravitație, despre cogniție, despre rețete de bucătărie, despre farduri, despre cărțile de poezie, despre votul uninominal etc.). Celor șase elemente componente ale procesului de comunicare li se adaugă „zgomotul”, ca ansamblu al elementelor psiho-fizice care pot afecta transmiterea mesajului, îl pot distorsiona (zgomote propriu-zise, de natură fizică, dar și distanța, de pildă, prea mare, dintre interlocutori, neatenția interlocutorului, oboseala vorbitorului, predispoziții sau erori de percepție etc.).

Mecanismele partajării de informație de către emițător și receptor au fost explicate prin trei teorii, care nu se exclud, ci se completează, evidențiind aspecte complementare ale procesului de comunicare: teoria codului (Jakobson, 1963), teoria inferenței (Grice, 1975), teoria relevanței (Sperber, Wilson, 1986/1987/1995).

Conform *teoriei codului*, emițătorul codifică un mesaj, care este decodificat de receptor în virtutea faptului că ambii (emițătorul și receptorul) recurg la același sistem de reguli. Cei doi stabilesc o relație particulară de comunicare, rezultată din interacțiunea specifică a elementelor componente ale acestui proces.

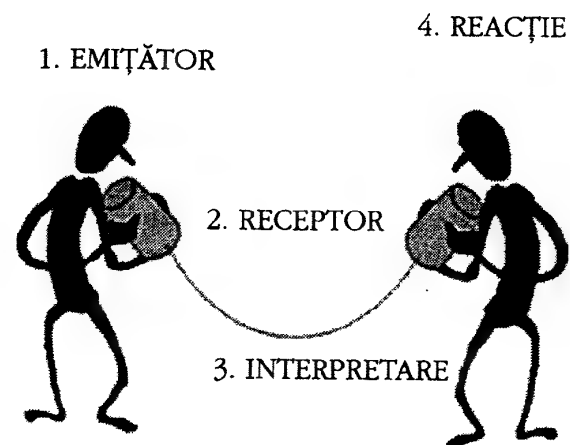


Fig. 1 – *Procesul comunicării*

(imagine adaptată după <http://clinic.canterbury.ac.uk/key-skills/practice/communication/images/model.gif>)

Numai că între semnificația literală și semnificația intenționată de vorbitor nu există întotdeauna o relație 1:1. Uneori, semnificațiile pot fi doar implicate, sugerate; alteori, același enunț poate avea semnificații diferite în funcție de context; în alte situații, enunțuri aparent contradictorii ori paradoxale au semnificație dincolo de nivelul strict al combinării semnelor lingvistice. Astfel, un enunț ca *Ion s-a întors acasă acum o jumătate de oră* presupune, fără a aserta literal, că „există o persoană numită Ion” care „a fost plecată de acasă” și implică faptul că „acum Ion este acasă”. Un enunț ca *Nu a venit nimeni* poate funcționa, de la un context la altul, ca simplă constatare (intru în sală și constat că nu e venit nimeni), ca reproș (intru în sală și-i reproșez șefului de an că nu a venit nimeni, deși îi convocasem azi pe studenții la o întâlnire), ca amenințare (un hoț pătrunde într-o bancă, paznicul încearcă să activeze alarma conectată la poliție, hoțul și paznicul așteaptă privindu-se câteva minute, apoi hoțul, amenințând cu pistolul, rostește enunțul respectiv), ca laudă (studenții decid să chiulească în grup de la un seminar, iar, cu prima ocazie, când se reîntâlnesc la facultate șeful de an își laudă colegii spunând fraza respectivă), ca întrebare (după ce cu o oră înainte

toți studenții lipsiseră de la curs, profesorul spune enunțul respectiv, solicitând indirect o explicație pentru absența studenților). Enunțuri aparent contradictorii de tipul *Nu e bogat, e putred de bogat* conțin o diferență de gradare, nu de semnificație, în ciuda opoziției negativ/afirmativ care se realizează în plan textual; și are valoare cumulativă în enunțul *Mănâncă mere și pere*, dar consecutivă în *A sosit la 4 și va pleca mai departe la 6*. Toate aceste enunțuri, în care ceea ce se spune literal este mai puțin decât ceea ce se implică, sunt înțelese de interlocutor pe baza unor mecanisme inferențiale, a unor deducții în care sensul literal este interpretat prin raportare directă și imediată la contextul de comunicare. Pentru a-și atinge scopul comunicativ, vorbitorul are posibilitatea de a alege una sau alta dintre strategiile comunicative pe care limba și cultura sa i le pun la dispoziție.

Acestor mecanisme, *teoria relevanței* le adaugă nuanțarea că orice act de semnificare poartă în el garanția relevanței optime. Pentru a înțelege comunicarea, interlocutorii recurg la mecanisme cognitive de interpretare a stimulilor cu cea mai mare relevanță contextuală: cu cât efectele cognitive ale procesării enunțului sunt mai semnificative pentru individ, cu atât relevanța individuală a mesajului este mai mare; cu cât mecanismul de interpretare este mai dificil, cu atât relevanța contextuală a semnificației transmise de emițător este mai mică. Tendința naturală a indivizilor este de a maximaliza relevanța stimulilor. În baza acestor trăsături ale cunoașterii, individul care percepe un stimul calculează efectele sale cognitive, face o selecție a interpretărilor disponibile pentru a o alege pe aceea al cărei efect satisface relevanța optimă, construiește o relație de tipul premise-concluzii, îmbogățește semnificația literală a enunțului cu noi semnificații vehiculate implicit în enunț. Conform acestei teorii, o ironie cum ar fi *Ce deștept ești!* este definită ca „ecou al unui gând sau al unui enunț tacit însoțit de o atitudine disociativă”; în exemplul dat, propoziția *Ce deștept ești!* este ecoul dezaprobat al unui gând neverbalizat, ci doar implicat – *Ești foarte prost!*; în contextul dat, gândul implicat apare ca interpretare relevantă în raport cu persoana

spre care este îndreptată ironia și în raport cu credințele vorbitorului despre persoana căreia i se adresează.

1.3. Particularitățile comunicării

Din prezentarea de până aici rezultă principalele caracteristici ale comunicării: a) comunicarea este un sistem complex de semne – verbale și nonverbale; b) comunicarea este un permanent proces de adaptare la sistemul de semnale al interlocutorului; c) comunicarea are două dimensiuni: dimensiunea conținutului (ceea ce se spune, se transmite) și dimensiunea relației (forma specifică în care se transmite mesajul reflectă relațiile dintre interlocutori); d) comunicarea este o tranzacție (presupune transfer de informație între interlocutori, acțiune și reacție, negociere); e) comunicarea se bazează pe tranzacții simetrice (diferențele dintre interlocutori sunt minime) sau complementare (între interlocutori apar diferențe semnificative, cu efect în planul comunicării); f) comunicarea este un proces circular (stimul – răspuns la stimul – stimul – răspuns la stimul... etc.), inevitabil (individul nu poate evita comunicarea deoarece, chiar și necomunicând cu interlocutorul, îi transmite acestuia un mesaj), ireversibil (orice proces de comunicare acceptă corecții, dar face imposibilă suprimarea lui), nerepetabil (orice act de comunicare este unic, în măsura în care se produce într-un context nerepetabil).

Comunicarea este modelată de factori multipli, aflați în interacțiune: patternuri cognitive, mecanisme de producere și percepere a mesajului, variabile sociale, variabile psihologice, variabile comportamentale, variabile culturale.

Generalizând, vom spune că:

- a) sistemele de comunicare sunt sisteme deschise, adică interacționează cu mediul social și fizic în care funcționează;
- b) procesul comunicării are o structură ierarhică, adică presupune relații între subsisteme și suprasisteme;

- c) sistemele sunt homeostatice, adică tind să se adapteze schimbărilor interne și externe: o modificare de factori interni sau externi determină modificări în structura și funcționarea sistemului, care tinde astfel să atingă o nouă stare de echilibru;
- d) sistemele sunt teleologice, adică sunt programate pentru a atinge anumite scopuri specifice.

2. Nivelurile comunicării în societate

În cadrul societății funcționează șase niveluri ale comunicării, care se deosebesc, pe de o parte, prin configurația specifică pe care o iau elementele componente ale procesului de comunicare (vezi *supra*, 1.2), iar, pe de altă parte, prin modul particular în care se actualizează trăsăturile generale ale comunicării (vezi *supra*, 1.3).

2.1. Nivelul comunicării intrapersonale

Este nivelul la care, prin intermediul unui discurs reflexiv, individul comunică cu sine însuși în scopul autocunoașterii. Conștiința de sine (engl. *self-awareness*), ca rezultat al auto-evaluărilor, al reflectării proprii persoane în discursul și atitudinile celorlalți și al comparațiilor sociale pe care individul le face cu ceilalți, influențează modul în care individul se relaționează cu semenii prin comunicare. Dinamica *egoului*, adică a relației individului cu sine și cu ceilalți, a fost explicată de Luft și Ingham (1955) prin așa-numita „fereastră Johari”:

	Cunoscut sinelui	Necunoscut sinelui
Cunoscut celorlalți	Arena	Punctul orb
Necunoscut celorlalți	Fațada	Necunoscut

Fig. 2 – „Fereastră Johari”

(Sursa: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/2/2c/Johari_Window.PNG)

Cele patru „ferestre” delimitate în desen se constituie la intersecția a două axe – „cunoscut/necunoscut” și „sine/ceilalți” – și sunt interdependente în privința dimensiunilor: modificarea dimensiunilor unei ferestre implică modificări în dimensiunile celorlalte trei. Fereastră numită „Arena” se constituie la intersecția axelor „Cunoscut sinelui” și „Cunoscut celorlalți”, cuprinzând acele trăsături ale individului pe care atât el însuși, cât și ceilalți și/i le atribuie. Zona numită „Punctul orb” se constituie la intersecția axelor „Cunoscut celorlalți” și „Necunoscut sinelui”, cuprinzând trăsături ale individului de care el însuși nu este conștient, dar care îi sunt atribuite de ceilalți. Zona numită „Fațada” se constituie la intersecția axelor „Necunoscut celorlalți” și „Cunoscut sinelui”, cuprinzând acele trăsături ale personalității pe care individul le lasă să transpară în interacțiunile sociale, presupunând însă și altele, ascunse, nearătate interlocutorilor. Zona „Necunoscut” se constituie la intersecția axelor „Necunoscut sinelui” și „Necunoscut celorlalți”, cuprinzând acele elemente in-/subconștiente de personalitate¹.

1. Autorii propun autocaracterizarea și caracterizarea personalității indivizilor pe baza unui set de 52 de adjective (pentru această listă, vezi http://en.wikipedia.org/wiki/Johari_window).

Calitățile de comunicator ale individului depind de dimensiunile corelate ale acestor ferestre. Cu cât zona cunoscută sinelui este mai mare (linia verticală se deplasează spre dreapta), cu atât individul are abilități mai mari de relaționare datorită auto-cunoașterii și capacităților de automonitorizare a comportamentelor comunicative; cu cât zona necunoscută sinelui este mai mare (linia verticală se deplasează spre stânga), capacitățile de relaționare, de automonitorizare și de control comunicativ sunt mai scăzute; cu cât zona cunoscută celorlalți este mai mare (linia orizontală se deplasează în jos), cu atât individul are deschidere comunicativă mai mare, prezintă flexibilitate comunicativă, dar este, în același timp, vulnerabil; cu cât zona necunoscută celorlalți este mai mare (linia orizontală se deplasează în sus), cu atât individul este mai taciturn, secretos, enigmatic, închis, dar vulnerabil într-o măsură mai mică.

2.2. Nivelul comunicării interpersonale

Este nivelul la care individul interacționează cu semenii de pe poziții „personale”, adică prin contact direct. Un grad relativ de cunoaștere reciprocă le permite interlocutorilor să facă predicții și să aibă expectații în legătură cu interlocutorul. Interactanții își modelează personalitățile prin comunicare în funcție de modul în care se raportează direct unul la celălalt. Scopul interacțiunilor la acest nivel este deopotrivă cunoașterea de sine și cunoașterea celuilalt.

Comunicarea interpersonală este, în fapt, un proces ce evoluează de-a lungul unui continuum având la un capăt comunicarea impersonală, iar la celălalt, comunicarea intimă (foarte personală).

Comunicarea impersonală are ca input identitatea socială a individului, datele sociale care îl caracterizează (apartenența la o anumită etnie, la un anumit grup social etc.); adeseori, aceste date sociale se reduc la stereotipuri. Puterea explicativă a comportamentelor este scăzută, în sensul că interlocutorii pot

face predicții limitate unul despre celălalt și au o capacitate redusă de a explica și motiva acțiunile celuilalt; interacțiunea se bazează pe reguli sociale. Comunicarea intimă are ca input identitatea personală a individului, datele psihologice individuale, elementele care îl diferențiază pe individ de grup; puterea explicativă a comportamentelor este crescută în măsura în care o bună cunoaștere a interlocutorilor permite predicții și explicații cu grad ridicat de acuratețe în legătură cu celălalt; interacțiunea se bazează pe reguli cu caracter individual, rezultate din negocierea directă dintre interlocutori de-a lungul întregii lor istorii conversaționale. Între cele două extremități ale continuumului se află diverse grade de cunoaștere interpersonală.

Relațiile interpersonale au fost explicate ca un proces cu șase etape și două faze fiecare (vezi DeVitto, 1994, p. 207):

1. *etapa de contact*: a) faza perceptuală (interactanții se percep vizual, fără a interacționa verbal); b) faza interacțională (interactanții interacționează verbal);
2. *etapa de implicare în relație*: a) faza de testare a interlocutorului și a relației; b) faza de intensificare a relației, de creștere a gradului de implicare în relație;
3. *etapa de intimitate a relației*: a) faza angajamentelor verbale dintre interactanți; b) faza acțiunilor sociale care certifică angajamentele verbale;
4. *etapa de deteriorare a relației*: a) faza deteriorării intrapersonale, când individul are sentimentul unei relații care „nu merge”; b) faza deteriorării interpersonale, când interactanții își discută deschis nemulțumirile, interacțiunea luând forma conflictului verbal;
5. *etapa de reparare a relației, facultativă*: a) faza intrapersonală, constând în analiza individuală a relației și dorința de revenire în relație; b) faza interpersonală, constând în repararea relației prin discuții cu interlocutorul;
6. *etapa de disoluție a relației*: a) faza interpersonală a disoluției, când cel puțin una dintre părți decide să iasă din relație și comunică acest lucru; b) faza socială a disoluției, constând în separarea totală sau parțială a interactanților.

Procesul constituirii relațiilor interpersonale este bidirecțional, în sensul că interacțanții se pot mișca în ambele direcții în construirea relației: pot avansa la o nouă etapă, pot sta pe loc sau se pot întoarce la o etapă anterioară; ciclic, în sensul că pot exista perioade de intensificare sau de răcire a relației; opțional, în sensul că interacțanții pot părăsi relația în cadrul fiecărei etape; variabil, în sensul că durata unei etape/faze este variabilă.

Fără a fi contradictorii, ci acordând importanță unor factori diferiți, mai multe teorii au încercat să explice dinamica relațiilor interpersonale.

Teoria penetrației sociale (Altman, Taylor, 1973) descrie relațiile interpersonale în termenii unui set de teme pe care interacțanții le abordează și ai profunzimii cu care discută fiecare dintre aceste teme. Numărul de teme comune reprezintă extensiunea relației, iar profunzimea cu care acestea sunt abordate conferă relației gradul de intensitate. Cu cât numărul de teme și gradul de profunzime sunt mai mari, cu atât relația este mai avansată, mai personală, mai intimă. Progresia relației presupune creșterea numărului de teme abordate și sporirea gradului de intensitate; regresia relației presupune scăderea numărului de teme și a gradului de profunzime. Diagramele de mai jos reprezintă astfel de configurații: relația interpersonală reprezentată în (a) este mai slabă decât cea reprezentată în (b), iar cea reprezentată în (b) este mai slabă decât cea reprezentată în (c):

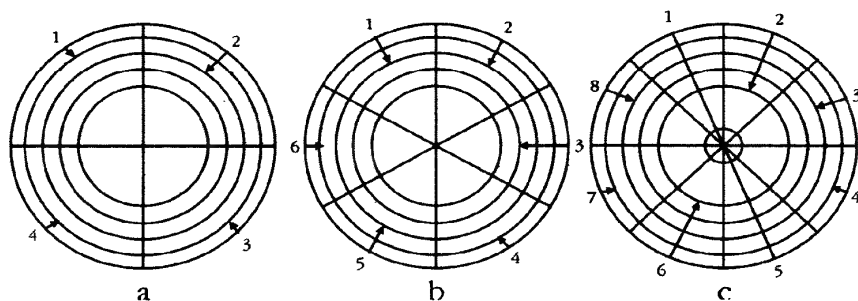


Fig. 3 – Teoria penetrației sociale

Teoria atracției interpersonale (Berscheid, Walster, 1969) explică constituirea și evoluția relațiilor dintre indivizi în termenii atracției biologice dintre aceștia, pe baza unor aprecieri subiective de tipul *a iubi/a urî*, *a plăcea/a displăcea*. În ciuda caracterului subiectiv al acestor aprecieri, se pare că există câteva prototipuri universale. Atracția interpersonală este determinată de mai mulți factori¹: atracția fizică; proximitatea fizică sau psihică; familiaritatea; similaritatea; reciprocitatea; ranforsările.

Teoria schimbului social (Homans, 1958) face predicția că individul are tendința de a dezvolta relații interpersonale în urma cărora poate obține beneficii, calculând profitul în termeni economici: $\text{profit} = \text{beneficii} - \text{costuri}$. Conform acestei teorii, pentru a stabili și a întreține o relație, individul are nevoie de o motivație conform „piramidei nevoilor umane” a lui Maslow (*A Theory of Human Motivation*, 1943):

1. Vom defini în continuare factorii care determină atracția interpersonală. *Atracția fizică* este determinată de idealul de frumusețe masculină/feminină din cadrul unei societăți, la un moment dat; *proximitatea fizică sau psihică* desemnează apropierea fizică sau psihică dintre interacțanți (persoanele care locuiesc sau lucrează mai aproape una de alta au șanse mai mari de atracție reciprocă; persoanele care împărtășesc idei asemănătoare au șanse mai mari de a fi atrase una de cealaltă); *familiaritatea* reprezintă obișnuința indivizilor unul cu altul, creată în urma unor întâlniri frecvente (atracția dintre persoane este direct proporțională cu frecvența cu care se întâlnesc – altfel spus, „Ochii care nu se văd se uită”); *similaritatea* reflectă asemănările percepute de interacțanți (gradul de atracție interpersonală este cu atât mai mare cu cât asemănările percepute – idei, reprezentări, valori, atitudini – sunt mai mari); *reciprocitatea* este tendința indivizilor de a avea sentimente reciproce unul față de altul (sentimentele indivizilor tind să fie reciproce, în sensul că orice om preferă compania celui în prezența căruia trăiește experiențe emoționale pozitive); *ranforsările* reprezintă condiționarea unui răspuns de coprezența unui stimul, întărirea unui comportament prin mâncare, laude, bani, promovare etc. (indivizii par atrași de cei care le oferă recompense).

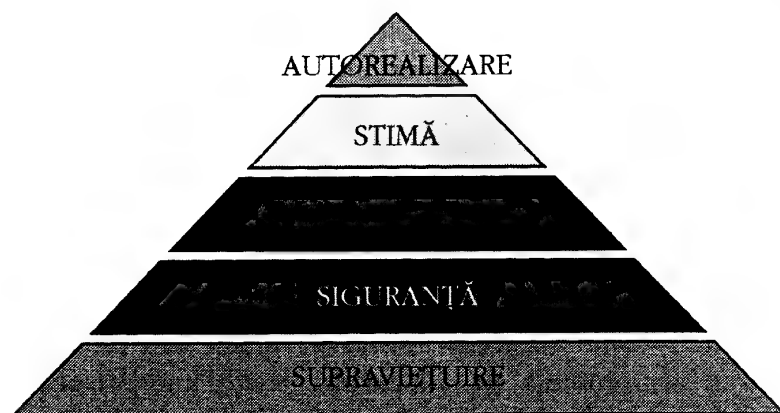


Fig. 4 – Piramida nevoilor umane (Maslow)

Având ca fundal ecuația profitului și „piramida nevoilor umane”, individul compară în permanență relația lui cu alte relații de același tip, între alte alternative de relații, decidând asupra intrării în relație, a menținerii sau a părăsirii ei.

Teoria echității (Adams, 1965) stipulează că decizia indivizilor de a continua sau de a ieși dintr-o relație rezultă din compararea echității relației: indivizii decid să continue relația atunci când o percep ca fiind echitabilă în termenii raportului investiții/rezultate; indivizii decid să iasă din relație atunci când relația este percepută ca neechitabilă în termenii raportului investiții/rezultate. Cu alte cuvinte, când se percep subapreciați sau supraapreciați în cadrul unei relații, indivizii tind să restabilească echilibrul.

Teoria evitării incertitudinii (Berger, Calabrese, 1975; Gudykunst *et al.*, 1988). Procesul de cunoaștere interpersonală a fost explicat prin tendința interlocutorilor spre reducerea treptată a incertitudinii, adică a necunoscutelor care există între interactanți în primele momente ale interacțiunii. Pe măsură ce interlocutorii interacționează, incertitudinile scad; cei doi pot face predicții din ce în ce mai exacte în legătură cu comportamentele celuilalt și pot găsi motivații tot mai precise pentru comportamentele celuilalt. Eficiența comunicării depinde de capacitatea individului de a gestiona situațiile pe care le percepe ca fiind nesigure, generatoare

de anxietate, de a elabora strategii adecvate de reducere a incertitudinii și anxietății.

Teoria adaptării comunicative (Giles, 1973) concepe comunicarea ca un proces continuu de adaptare situațională reciprocă a interlocutorilor, prin adoptarea unor strategii sociolingvistice și atitudinale care să le permită obținerea unor rezultate eficiente. Adaptarea apare ca o formă de armonizare a vocilor comunicative.

Conform *teoriei comunicării tranzacționale* (Berne, 1964), indivizii interacționează adoptând una dintre cele trei ego-stări posibile: adult, părinte, copil. În starea de adult, individul se poartă, simte, gândește răspunzând adaptat stării curente, în urma evaluării obiective și eficiente a situației, ca urmare a experienței acumulate. În starea de copil, individul se întoarce la modul de a se comporta, a simți, a gândi specific copilăriei. În starea de părinte, individul imită inconștient comportamente ale părinților sau ale adulților pe care în copilărie le-a perceput ca eficiente.

2.3. Nivelul comunicării organizaționale

Este nivelul la care individul acționează ca membru al unei organizații (instituție, grup de interese, corporație etc.) și interacționează de pe poziția de rol, cu scopul de a rezolva problemele personale sau cele survenite în cadrul organizației¹. În organizații, comunicarea poate fi internă (comunicarea între membrii aceleiași organizații) sau externă (între organizații). Se spune că o bună comunicare (internă și externă) susține eficient o organizație.

Poziția de rol presupune ocuparea unui loc determinat în cadrul grupului, din care decurg obligații stipulate prin reguli

1. Pentru o sinteză privind comunicarea de grup, vezi Hartley (1993) și Hargie (1997).

specifice, implicite sau explicite, precum și anumite costuri pentru încălcarea regulilor; de asemenea, presupune existența unor reguli formale de acțiune și comunicare, generate de ierarhia stabilită în cadrul grupului. De aceea, în cadrul organizațiilor se face distincția între comunicarea formală și comunicarea informală, comunicarea pe orizontală și comunicarea pe verticală (de la inferior la superior, de la superior la inferior).

Relațiile dintre indivizi sunt modelate de scopul lor comun, presupunând similarități de interacțiune și gândire, în ciuda diferențelor individuale. Fiecare membru al grupului ocupă un loc anume în cadrul organizației (are sarcini individuale precise), îndeplinește anumite funcții în menținerea coeziunii de grup¹ și în construirea relațiilor interpersonale², adoptă un stil de interacțiune în cadrul grupului³, constituindu-se în felul acesta rețele de

1. În menținerea coeziunii de grup indivizii pot îndeplini diverse roluri: unii dintre membrii organizației au rolul de a propune idei și scopuri noi, alții de a căuta informații, de a solicita opinii, alții de a prezenta informații, de a exprima opinii, alții de a dezvolta idei și strategii, de a coordona activități, de a sintetiza și de a da orientarea optimă grupului, de a evalua activitatea organizației, de a stimula grupul și de a-l atrage în noi activități, de a asigura baza materială, de a consemna activitatea grupului.
2. În construirea relațiilor interpersonale indivizii pot avea diverse roluri: unii încurajează activitățile de grup și gândirea pozitivă a membrilor acestuia, alții armonizează relațiile de grup mediind diferențele, alții fac compromisuri pentru a rezolva conflictele, alții mențin deschise canalele de comunicare, alții propun standardele, alții își asumă statutul de observator și comentator al activităților grupului, iar alții au o atitudine pasivă, acceptând și urmând direcțiile impuse.
3. În privința stilului de interacțiune, există patru categorii de indivizi: indivizii cu orientare socioemoțională pozitivă (manifestă solidaritate de grup, tendință spre acord cu membrii grupului, sunt detensionați), indivizii cu orientare socioemoțională negativă (manifestă tendință spre dezacord, antagonism, sunt tensionați), indivizi care adoptă perspectiva răspunsului (dau sugestii, informații, oferă opinii și răspunsuri) și indivizii care adoptă perspectiva întrebării (cer informații, opinii, sugestii).

comunicare bine determinate. Poziția ocupată de individ în cadrul grupului îi oferă acestuia resurse comunicative clare.

Activitățile comunicative în care se angajează membrii organizațiilor sunt diverse: a da sarcini de lucru, a identifica și analiza probleme, a adopta soluții, a consilia, a face interviuri de angajare, a evalua activitățile, a crea motivații, a rezolva conflicte, a genera idei (*brainstorming*), a se afirma, a dobândi informații, a socializa, a organiza/conduce/participa la discuții, dezbateri, ședințe.

Un loc important în cadrul organizației îi revine liderului, care exercită controlul asupra membrilor grupului prin mecanismul puterii¹. Comunicarea este principala formă de manifestare a puterii în cadrul organizațiilor, alături de sistemul instituționalizat al recompenselor și pedepselor².

1. Se spune că un individ *A* are putere asupra lui *B* atunci când *A* poate să influențeze și să determine comportamentele lui *B*. Există mai multe forme de putere: *puterea referentului* se exercită datorită dorinței membrilor grupului de a se identifica cu deținătorul puterii; *puterea legitimă* se manifestă atunci când indivizii consideră că poziția îi conferă unei persoane putere și dreptul de a o exercita; *puterea recompensei* se manifestă atunci când deținătorul puterii este și cel care le poate oferi celorlalți recompense sau le poate da sancțiuni; *puterea expertului* este deținută de individul despre care membrii grupului consideră că deține cunoștințe, informații importante, corecte etc.; *puterea discursivă* este conferită individului atunci când membrii grupului apreciază abilitatea lui de comunicare și de convingere.
2. Printre calitățile unui lider eficient se numără: onestitatea și abilitatea de a evidenția adecvat contribuțiile valoroase, capacitatea de a asculta cu atenție și a înțelege problemele personale, tactul și criticile constructive, menținerea unui echilibru între laude și sancțiuni, consecvența în acțiuni și atitudini, flexibilitatea, recunoașterea propriilor greșeli și acceptarea greșelilor altora, umorul, exemplul personal.

2.4. Nivelul comunicării publice

Este nivelul la care individul comunică un mesaj unui public larg, de obicei față în față (discursuri publice în Parlament, în piața publică etc.), uneori mediat (discursuri adresate de oficialități cu ocazia unor sărbători cum ar fi Anul Nou, Ziua Națională sau cu ocazia unor evenimente, cum ar fi o catastrofă naturală, declanșarea unui război etc.). Scopurile comunicării publice sunt diverse: informare (asupra unei decizii, asupra unui punct de vedere oficial), persuadare, convingere (discursul electoral), construirea identității colective (felicități cu ocazia unor sărbători ale colectivității).

Comunicarea publică se distinge de celelalte forme de comunicare prin următoarele caracteristici: vorbitorul apare în fața publicului său cu o identitate deja atribuită lui de către public, pe baza datelor la care acesta are acces (fapte, atitudini, discursuri anterioare, interacțiuni anterioare); publicul este un ascultător colectiv, cu un scop comun (ascultarea discursului), dar format din indivizi particulari (sex, vârstă, credințe, valori, atitudini etc.), astfel încât psihologia individuală și cea de grup interacționează, făcând reacțiile la discurs greu predictibile; „zgomotul” care perturbă mesajul este greu controlabil, din cauza surselor multiple (zgomotul extern de pe canal, percepțiile diferite ale membrilor grupului, distanța fizică și psihică dintre interlocutori etc.); feedbackul poate fi atât imediat (aplauze, urale, proteste), cât și întârziat (reacții ale publicului după încheierea discursului); mesajul este puternic dependent de context, care orientează și determină atât conținutul, cât și forma discursului; stilul discursului îmbină elemente de elaborare (presupunând etape anterioare de planificare, concepere, redactare a discursului) și elemente de spontaneitate (oralitate), configurând un stil special, stilul oral planificat¹; elementele nonverbale (înfățișarea vorbitorului, mimică,

1. Gradul în care elementele de elaborare și cele de planificare apar în discursul unei persoane este diferit: unii vorbitori citesc discursul, alții îmbină lectura cu adresarea liberă către public, alții susțin un

gesturi, postări, folosirea spațiului, voce, intonații etc.) au un rol crescut, având în vedere că acestea tind să compenseze distanța relativ mare de interacțiune; etica discursului public este extrem de importantă, având în vedere că scopul vorbitorului este de a influența mase largi de oameni; discursul public este însoțit de o emoție pozitiv-negativă de tip special, tracul, o combinație de teamă, reținere și dorință a vorbitorului de a fi pe placul publicului¹; eficiența discursului public se măsoară prin capacitatea vorbitorului de a convinge publicul, de a-l face să adere la ideile exprimate.

Discursul public se fundamentează pe câteva principii, a căror respectare îi asigură eficiența:

- a) *principiul încărcăturii informaționale* – discursul nu trebuie să depășească posibilitățile publicului de asimilare a informației în intervalul de timp dat; este nevoie ca itemii de informație nouă să nu fie exagerat de mulți, informația trebuie elaborată, dezvoltată, exemplificată, pentru a da publicului răgazul necesar de a o înțelege și procesa;
- b) *principiul relevanței* – ascultătorii au tendința de a manifesta interes și de a reține acele informații pe care le descoperă a fi relevante pentru scopurile personale; de aceea, vorbitorul trebuie să arate publicului utilitatea informațiilor respective pentru atingerea scopului;

discurs liber pe baza unei scheme (scrise sau pe care o au în minte). Gradul de spontaneitate se corelează de obicei pozitiv cu efectul pe care discursul îl are asupra publicului, după cum absența totală a planificării se corelează negativ cu judecățile publicului despre discurs.

1. Tracul are asupra vorbitorului un efect pozitiv (îl mobilizează pentru a produce un discurs pe care îl crede pe placul publicului) și unul negativ (destructurează discursul); folosirea tracului în beneficiul discursului este unul dintre elementele fundamentale în dobândirea abilității de a vorbi în public.

- c) *principiul adaptării la interlocutor* – vorbitorul trebuie să se adapteze nivelului de cunoștințe al publicului, intereselor, atitudinilor, credințelor sale;
- d) *principiul progresiei tematice* – pentru a face discursul ușor de urmărit și de înțeles de către public, vorbitorul trebuie să elaboreze informația pe principiul temă – rhemă, adică pornind dinspre datele cunoscute spre cele necunoscute publicului, de la informația veche spre cea nouă;
- e) *principiul dobândirii de informație pe mai multe canale* – publicul are tendința de a reține informația mai bine atunci când o percepe simultan pe mai multe canale (auditiv, scriptic, vizual);
- f) *principiul echilibrării elementelor abstracte cu cele concrete* – publicul are capacități limitate în a percepe conceptele abstracte, de aceea, vorbitorul trebuie să găsească echilibrul optim între conceptele abstracte și modalitățile de concretizare a lor;
- g) *principiul persuasiunii* – vorbitorul trebuie să-și planifice strategiile de persuadare, de convingere a publicului, pe care îl solicită să adere la ideile exprimate de el;
- h) *principiul selecției* – publicul percepe selectiv informațiile furnizate de vorbitor, căutând acele elemente care vin în sprijinul ideilor, credințelor, valorilor, comportamentelor etc. personale; de aceea, vorbitorul trebuie să spună publicului său exact acele lucruri pe care publicul dorește să le audă;
- i) *principiul inoculării* – studiile empirice au demonstrat că publicul devine imun atunci când constată că vorbitorul dorește să îi schimbe ideile, atitudinile, comportamentele;
- j) *principiul schimbării* – strategiile de persuadare ale vorbitorului trebuie să țină cont de rezistența publicului la schimbare; astfel, strategiile trebuie modelate în funcție de atitudinea ostilă, indiferentă sau favorabilă a publicului față de temă sau față de vorbitor;
- k) *principiul selecției argumentelor* – pentru convingerea publicului, vorbitorul dispune de argumente logice (fapte, cifre, raționamente), argumente emoționale, argumente etice

(credibilitate, competență), mituri (credințe străvechi ale persoanelor, proverbe, evocarea unor personalități mitice), pe care le poate folosi, separat sau combinat, în funcție de valorile publicului, de tema discursului sau de scopul urmărit;

- l) *principiul cooperării cu publicul* – pentru a spori efectul argumentației sale, vorbitorul are posibilitatea de a atrage publicul în discurs prin întrebări directe, prin adresări directe, solicitând opinia acestuia, flatându-l etc.;
- m) *charisma* – acele calități excepționale cu care o persoană este dăruită, având puterea de a influența, de a convinge, de a inspira, de a-i atrage pe ceilalți de partea ei – altfel spus, șarmul personal, magnetismul persoanei.

2.5. Nivelul comunicării de masă

Este nivelul la care are loc comunicarea mass-media, adică mediată de mijloace tehnice (radio, televizor, presă scrisă, cărți, CD-uri, casete audio și video) sau de convenții de gen și „de cadru” (proiecția filmelor în sălile de cinematograf, concertele live, spectacolele de teatru).

Comunicarea media are următoarele trăsături definitorii: sursa mesajului nu se confundă cu emițătorul, ci este reprezentată de o organizație care concepe și transmite mesaje într-o anumită formă¹; publicul este foarte larg și eterogen, deci cunoașterea lui, prin intermediul sondajelor de opinie sau al emisiunilor interactive, este o variabilă greu de controlat; rolurile de emițător și receptor sunt rupte unul de altul, în sensul că feedbackul este la distanță față de momentul emiterii mesajului, iar activitățile celor

1. Distincția emițător/sursă poate fi exemplificată astfel: emițătorul jurnalului de la ora 19.00 difuzat de PRO TV este Andreea Esca; sursa este postul PRO TV, adică instituția care a organizat transmiterea știrilor cu un anumit conținut și reflectând un anumit punct de vedere, precum și emiterea știrii într-un anumit format.

doi sunt practic independente¹, procesul comunicării fiind unidirecțional; mesajele, odată transmise, devin un bun colectiv, construind ceea ce McLuhan numea „satul global”; contextul social are un rol important și determină conținutul mesajelor, iar ancorarea în actualitate și moda sunt condiții majore pentru a capta și întreține interesul publicului. Mass-media nu reprezintă realitatea, ci îl ajută pe individ să-și creeze propriile reprezentări.

Funcțiile comunicării mass-media sunt diverse: mass-media informează, formează opinii și gusturi, convinge, manipulează, narcotizează (făcând publicul să creadă în realitatea reprezentărilor propuse), creează sentimentul de grup, oferă momente de divertisment și relaxare, conferă statut și importanță socială persoanelor mediatizate.

2.6. Nivelul comunicării interculturale

Este nivelul la care are loc comunicarea dintre membrii a două sau mai multe culturi diferite. Comunicarea interculturală poate fi o formă particulară a comunicării interpersonale (atunci când interacțiunea verbală are loc între persoane provenite din culturi diferite), a comunicării organizaționale (comunicarea în organizațiile multinăționale, în care lucrează persoane provenite din culturi diferite), a comunicării publice (atunci când personalități ale unei culturi țin un discurs în fața unor ascultători dintr-o altă cultură), a comunicării de masă (atunci când o organizație transmite un mesaj mediat membrilor unei culturi străine). Adeseori comunicarea de masă mediată tehnic a fost numită comunicare

1. Independența se manifestă prin faptul că receptorul alege singur canalul de radio sau de televizor, ziarul sau revista, după criterii incontrollabile de emițător la momentul emiterii mesajului; emițătorul nu are mijloace de control real asupra coparticipării receptorului la actul de comunicare în momentul emiterii mesajului.

internațională. Dezvoltarea comunicării interculturale este rezultatul globalizării, adică al integrării economice, politice, sociale, religioase, culturale a unor populații din întreaga lume.

3. Variabile care modelează comunicarea interpersonală

Comunicarea interpersonală reprezintă principala modalitate de relaționare în cadrul societății, influențând, în proporții variate, comunicarea la toate celelalte niveluri (vezi *supra*, secțiunea 2). Procesul comunicării interpersonale este afectat de mai multe variabile.

3.1. Particularitățile individuale ale vorbitorului

În procesul comunicării, fiecare individ participă cu un set de valori, atitudini, comportamente, abilități, caracteristici personale, determinate de situația de comunicare dată și de experiențele de comunicare anterioare ale vorbitorului, de istoria comunicativă cu interlocutorul. Astfel, predispozițiile comunicative, pe de o parte, și situația de comunicare, pe de altă parte, configurează fiecare interacțiune verbală.

Automonitorizarea este capacitatea individului de a-și ține sub control propriul comportament verbal și nonverbal. Automonitorizarea este direct corelată cu autocunoașterea. Indivizii cu nivel înalt de automonitorizare sunt preocupați să dobândească un repertoriu larg de comportamente sociale, care să le permită adaptarea la contextul social; indivizii cu nivel scăzut de automonitorizare au un repertoriu restrâns de comportamente sociale și nu sunt preocupați să și-l dezvolte. În plan comunicativ, indivizii

cu nivel ridicat de automonitorizare își exprimă adecvat stările emoționale, gestionează eficient luările de cuvânt (intervenții verbale scurte, frecvente), au inițiativă verbală (inițiază frecvent teme și conversații), au abilitatea de a partaja cu interlocutorul același grad de intimitate, își bazează persuasiunea pe argumente logice și se folosesc de „puterea expertului” în argumentare, au gândire și atitudine critică.

Autodezvăluirea reprezintă disponibilitatea vorbitorului de a-i da interlocutorului informații despre sine la care acesta nu poate avea acces direct. Autodezvăluirea presupune risc și vulnerabilitate, dar, în același timp, contribuie la creșterea gradului de intimitate dintre interactanți. Încrederea mutuală între interactanți conduce la reciprocitate în cadrul relației atunci când autodezvăluirea vorbitorului atrage același grad de autodezvăluire și din partea ascultătorului (vezi și *supra*, 2.1, „fereastra Johari”).

Trăsăturile de personalitate pot fi sintetizate pe câteva axe: introvertit – extravertit, dominare – subordonare, machiavelism, implicare – reticență comunicativă. Introvertiții au o activitate cognitivă mai intensă și sunt mai puțin impulsivi și spontani, în timp ce extravertiții sunt impulsivi și spontani, dar au o activitate cognitivă superficială. În plan comunicativ, extravertiții se manifestă ca persoane vorbărețe (vorbesc repede, mult, cu pauze scurte), au intensitate vocală ridicată, expresivitate comunicativă, abordează tematici diverse, dar generale și puțin focalizate, au precizie în decodarea mesajelor nonverbale și manifestă tendința de a păstra distanțe mari de interacțiune. Indivizii cu personalitate dominante au un nivel ridicat de excitabilitate și tensiune musculară mare în sistemul vocalic, implicându-se puternic în comunicare. În consecință, au un stil interacțional asertiv, prezintă încredere de sine, gestionează cu siguranță interacțiunea verbală (întrerup frecvent, vorbesc relativ mult, fac pauze verbale puține), au tendința de a folosi modalizatori de certitudine, au intensitate vocală ridicată. Machiavelismul se manifestă prin tendința accentuată a persoanei de atingere a scopurilor personale prin manipularea celorlalți. Persoanele cu nivel ridicat de machiavelism tind

să fie detașate și calculate în interacțiunea cu interlocutorii, să-și asigure independența în raport cu ceilalți, recurg adeseori la flatare, pedeapsă, recompensă, înșelăciune pentru a-și atrage interlocutorii de partea lor, nu au încredere în semenii. Implicarea și reticența comunicativă reflectă dorința individului de a se angaja în activități sociale și de a comunica. Astfel, reticența comunicativă se asociază cu tracul, manifestat în plan comunicativ prin ezitări, false începuturi, idei incomplet elaborate sau abandonate, contribuții verbale scurte, constând în propoziții simple, sărăcie lexicală, anxietate și tensiune comunicativă, expresivitate scăzută, atitudini nonverbale de retragere (posturi „de apărare”, mimică redusă, mișcări puține ale capului și mâinilor).

Capacitățile cognitive ale indivizilor constau în complexitatea lor cognitivă și în gradul de anxietate și stres cognitiv. Complexitatea cognitivă reflectă capacitățile individului de abstractizare și disociere a stimulilor percepuți, prin operații de analiză, sinteză, categorizare. În plan comunicativ, complexitatea cognitivă se reflectă prin abilități comunicative, tendința indivizilor de a vorbi despre sine, precizie în decodarea semnalelor verbale și nonverbale, afectivitate, adoptarea unor coduri elaborate. Anxietatea și stresul cognitiv sunt emoții negative pe care le trăiește individul când percepe un pericol difuz și neprecizat; în plan social, anxietatea comunicativă se manifestă prin dorința individului de a evita interacțiunea cu ceilalți, prin incapacitatea de a gestiona eficient schimbul verbal din cauza unor raționamente greșite și a unor atitudini inadecvate sau defensive. Cei care manifestă anxietate în comunicare vorbesc mai repede și evită tema prin aproximări și lipsă de focalizare, preferă distanțele mai mari de interacțiune, fac pauze mari între secvențe, produc fraze eliptice și multe începuturi false, se bâlbâie, repetă cuvinte și enunțuri.

Gradul de dependență/independență al individului se reflectă în gradul de dependență/independență contextuală și în dorința individului de afiliere și aprobare. Indivizii cu grad ridicat de dependență contextuală sunt atenți la circumstanțele exterioare ale comunicării, sunt sensibili la semnalele nonlingvistice pe

care le primesc, tind să se adapteze interlocutorului, să folosească pluralul asocierii și al empatizării (*noi*). Indivizii care manifestă dorință de afiliere și aprobare în cadrul grupului tind să subordoneze interesele personale intereselor de grup, să se adapteze stilului comunicativ al interlocutorului, să-și privească mai mult partenerii de discuție și să stabilească distanțe mai mici de interacțiune.

Diferențele biologice dintre indivizi privesc sexul, vârsta, înfățișarea, rasa, sănătatea. Femeile, comparativ cu bărbații, manifestă preferință pentru limbajul standard, corect gramatical, pun mai multe întrebări, mai ales întrebări de confirmare (*nu-i așa?, da?*), manifestă preferință pentru anumite subiecte și au tendința de a-și exprima sentimentele, au gesturi și mișcări discrete, zâmbesc mai mult, privilegiază comunicarea nonverbală, recurg mai frecvent la acte de vorbire indirecte, folosesc deseori calificări adjectivale și adverbiale, atenuatori de expresie, cuvinte de umplură, își cer frecvent scuze, își întrerup interlocutorii relativ rar, sunt mai puțin argumentative decât bărbații. Vârsta se reflectă în abilitățile lingvistice și comunicative ale vorbitorilor, în temele de discuție abordate, în pronunțarea cuvintelor, viteza vorbirii, intonație etc.; limba și comunicarea sunt achiziționate treptat de vorbitori, ajung la maturizare, apoi se degradează odată cu înaintarea persoanei în vârstă. Înfațișarea individului (vezi *supra*, „Teoria atracției interpersonale”) îi permite acestuia diverse forme de expresivitate, de influențare a interlocutorului, de socializare. Rasa a constituit în timp obiectul unor prejudecăți și prejudicii rasiale, iar în anii din urmă face obiectul corectitudinii politice în limbaj. Sănătatea, abilitățile fizice ale individului predetermină libertățile lui de relaționare și limbajele de care se poate servi (limbajul surdomuților, comportamentul nonverbal al orbilor, influențele handicapului fizic asupra posibilităților de comunicare etc.), impunând adeseori bariere de comunicare.

Diferențele de statut socioeconomic se reflectă în codul la care recurg vorbitorii. Astfel, Bernstein (1971) distinge între

coduri elaborate și coduri restrânse. *Codurile elaborate* se bazează pe structuri gramaticale elaborate, complexe, precise, pe un vocabular bogat și nuanțat, sunt libere de context (în sensul că receptorul nu are nevoie să facă asumții contextuale pentru a înțelege semnificația codificată prin limbă). Vorbitorul își exprimă intențiile comunicative clar, elaborat, apelând în special la suport verbal și mai puțin la elemente nonverbale. *Codurile restrânse* se bazează pe structuri gramaticale simple, economice, pe un vocabular primar, sărac, nenuanțat, sunt dependente de context (receptorul trebuie să facă multe asumții contextuale pentru a înțelege semnificația). Vorbitorul își exprimă ambiguu intențiile comunicative, apelând frecvent la elemente nonverbale. În opinia autorului, vorbitorii din clasele de mijloc și cele dinspre vârful societății recurg la coduri elaborate, în timp ce vorbitorii din clasele de jos recurg la coduri restrânse.

Limba folosită de vorbitori pune la dispoziția acestora posibilități de expresie determinate și reflectă totodată o viziune asupra lumii (vezi capitolul III, „Stiluri culturale de comunicare”).

Diferențe de natură paraverbală în folosirea limbii. Viteza cu care vorbesc indivizii este determinată de trăsături fizice și de personalitate, de gradul deschiderii comunicative și al sociabilității. Pauzele din vorbirea persoanelor dau indicații legate de competență, credibilitate, adaptare la interlocutor, procese cognitive, emoții. Durata vorbirii dă indicații legate de tendințele de dominare și influențare ale vorbitorului, despre stabilitatea emoțională, competența vorbitorului, trăsături de personalitate (introvertit/extravertit).

Toate aceste variabile contribuie la gestionarea propriei imagini de către vorbitor, determinând anumite reacții din partea interlocutorului și contribuind la stima de sine a individului¹.

1. Stima de sine reflectă corespondența dintre eul social perceput și eul ideal (ca urmare a valorizărilor pozitive percepute la cei pe care îi luăm ca model de interacțiune socială).

3.2. Particularitățile individuale ale ascultătorului

Ascultarea este un proces complex implicând mai multe module interconectate: abilități individuale legate de capacitatea particulară de a înțelege și decodifica diverse patternuri de structurare a informației, inteligența de a procesa cuvinte, atitudini pozitive (dorința și voința de a asculta, interesul față de temă și față de interlocutor), capacitatea de a păstra în memoria semantică informația și de a o procesa, capacitatea de a procesa conținutul emoțional al mesajului, asociindu-l cu interpretarea informației, capacitatea de a procesa informația prin integrarea ei în anumite scheme cognitive și scripturi comportamentale.

Ascultarea activă presupune înțelegerea și interpretarea adecvată a mesajului pentru a oferi interlocutorului un feedback real, constructiv. În acest proces sunt implicate deopotrivă obiectivitatea și empatia.

Capacitățile ascultătorului de ascultare activă sunt influențate de aceiași factori ca și capacitățile de exprimare ale vorbitorului.

3.3. Percepția

În receptarea și interpretarea mesajului, un rol important îl joacă percepția. *Percepția* este procesul de dobândire, interpretare, selecție și organizare a informației senzoriale primite din mediu. Percepția se bazează pe: principiul proximității (stimulii aflați în imediată apropiere spațială sau temporală sunt percepuți ca entitate), principiul unității (individul tinde să structureze stimulii percepuți în forma unei unități, să-i integreze unei structuri), principiul subiectivității (percepția are caracter subiectiv, individul integrând stimulii în patternuri preexistente).

Următoarele imagini ilustrează caracterul subiectiv al percepției: datele senzoriale pot fi asociate în minte în mod diferit, astfel încât, în imaginea din figura 5, putem percepe două obiecte

distincte (o vază albă pe fond negru sau două fețe negre „în oglindă”):

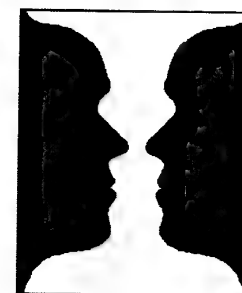


Fig. 5 – Caracterul subiectiv al percepției

(Sursa: http://en.wikipedia.org/wiki/Optical_illusion)

Obiectul „imposibil” din imaginea de mai jos se bazează pe o iluzie optică: un obiect bidimensional este interpretat de mintea noastră ca obiect tridimensional, inexistent în realitate. „Furca dracului” are spre vârf trei capete, dintre care cel din mijloc se pierde spre bază, fără a mai putea fi descoperit punctul din care pornește.

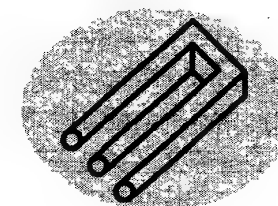


Fig. 6 – „Furca dracului”

(Sursa: http://eluzions.com/Illusions/Impossible/Trident_t.gif)

Percepția este influențată de factori psihologici precum: tendința asocierii de atribute (indivizii au tendința de a asocia pe aceeași axă atributele negative, respectiv atributele pozitive: frumos, inteligent, simpatic *vs* urât, prost, antipatic), efectul de halo (indivizii au tendința de a face deducții despre obiecte și fenomene pornind de la o anumită calitate a acestora), efectul de halo inversat (indivizii au tendința de a face deducții despre obiecte și fenomene pornind de la un defect perceput al acestora), autoprofeția realizării (indivizii tind să se comporte în așa fel încât să-și confirme propriile predicții în legătură cu un eveniment), efectul Pygmalion (tendința indivizilor de a vedea realitatea așa cum este ea calificată de un interlocutor), percepțiile deformate (tendința unor indivizi de a vedea fie doar aspectele negative, fie doar pe cele pozitive, de a filtra realitatea prin prisma unor prejudecăți), tendința generalizării primei impresii, refuzând stimulii care ar contrazice-o, consecvența (tendința indivizilor de a ignora ceea ce contrazice consecvența unor aprecieri pozitive/negative în legătură cu un obiect sau fenomen), stereotipurile (generalizarea atributelor de grup și extinderea lor asupra individului).

Un rol important în cadrul percepției îl are construirea atributelor. *Teoria atribuirii* (Heider, 1982) prezintă procesul prin care indivizii construiesc, elaborează atribute, adică explicații în legătură cu cauzele care au produs un eveniment. La baza elaborării acestor atribute, adică a găsirii acestor explicații, stă un proces inferențial (o serie de deducții), expresie a spiritului științific al oricărui individ de a găsi explicații pentru fenomenele din lumea înconjurătoare. Deducțiile pe care le face individul în legătură cu cauzele care au produs un eveniment se plasează pe trei dimensiuni general umane: intern/extern, controlabil/incontrolabil, stabil/instabil. Pe prima dimensiune, motivația internă pune producerea unui eveniment pe seama unor agenți interni individului (*E numai vina mea !*), iar motivația externă, pe seama unor factori exteriori individului (*Dracu' m-a pus !*). Pe cea de-a doua dimensiune, oamenii consideră că evenimentul a fost produs

de factori incontrollabili, care nu stau în puterea individului (*N-am avut ce face !*), care nu pot fi modificați de acesta, sau de factori controlabili, asupra cărora individul poate acționa (*A stat în puterile mele să... !*). Pe cea de-a treia dimensiune, oamenii consideră că evenimentul a fost produs de factori stabili, care nu se schimbă situațional și care produc același efect ori de câte ori acționează (*Așa e de când lumea și pământul !*), sau de factori instabili, care se schimbă situațional și produc efecte diferite de la o situație la alta (*N-am fost pe fază de data asta !*).

3.4. Relația dintre vorbitor și ascultător

Relația dintre interactanți poate fi conceptualizată de-a lungul a trei dimensiuni: formal/informal, intens/superficial, egalitate/inegalitate de putere, competitiv, ostil/cooperant, prietenos.

Comunicarea informală are ca scop principal relaționarea, stabilirea de contacte sociale în situații de rutină, în care vorbitorii se cunosc și recurg la structuri gramaticale laxă și un lexic simplu. Comunicarea formală are ca scop principal transmiterea de informații și rezolvarea de probleme în situații constrânse de reguli sociale și de „etichetă”, când vorbitorii recurg la structuri gramaticale complexe și la un vocabular elevat sau de specialitate.

Gradul de intimitate dintre interlocutori este determinat de stadiul în care se află relația interpersonală (vezi *supra*, 2.2) și se măsoară prin numărul temelor abordate de interactanți și prin profunzimea cu care acestea sunt discutate (vezi *supra*, 2.2, „Teoria penetrației sociale”). Este influențat de disponibilitatea interlocutorilor de a se autodezvălui și de a-și baza relația pe reciprocitate și mutualitate.

Puterea și dominarea sunt exercitate de indivizi prin limbă (vezi *supra*, nota 1, p. 37). Dorința individului de a avea putere este determinată de nevoia personală de superioritate în plan social, prin influențarea deciziilor celorlalți. În cadrul relațiilor

interpersonale există o corelație pozitivă între gradul de dependență și putere: gradul mare de dependență din cadrul relației îi conferă individului putere. Relațiile dintre indivizi aflați în interacțiune sunt de trei feluri: simetrice (indivizii ocupă poziții de putere simetrice), complementare (între interlocutori există diferențe maxime de putere), tranzitorii (interlocutorii negociază relațiile de putere, având pe rând acces la poziții de dominare). Puterea deținută de individ în cadrul interacțiunii se reflectă în limbă. Astfel, persoanele care dețin puterea (sau care doresc să o dobândească) sunt asertive și argumentative, încearcă să convingă prin argumente logice, au tendința de a critica persoanele superioare ierarhic, folosesc un limbaj expresiv și corect, prin intermediul căruia doresc să se facă vizibile, luările lor de cuvânt sunt relativ lungi, își întrerup partenerul de discuție, au poziții corporale relaxate și mișcări ample.

Relația dintre interlocutori poate fi competitivă, ostilă, conflictuală sau cooperantă, prietenoasă, consensuală. Conflictul apare atunci când interacțanții percep scopuri incompatibile, contrare. Se manifestă prin strategii interacționale ale diferențierii și distanțării interlocutorilor, ale negării și exagerării afectelor negative, ale afirmării propriei identități prin negarea identității celuilalt. Apar frecvent acte de vorbire precum acuzație, reproș, amenințare, ironizare; negații frecvente și cuantificatori universali (*niciodată, deloc, toată lumea, mereu*); injurii, apelative injurioase, invective; limbaj excesiv formal sau excesiv informal; repetiții, reveniri la subiect, șabloane, exagerări.

3.5. Situația de comunicare

Indivizii interacționează cu semenii lor în diverse situații de comunicare. Acestea ar putea fi reduse la patru prototipuri fundamentale: situație „ideologică”, situație „socială”, situație „de stres”, situație „interculturală”.

În situația „ideologică” de comunicare, conținutul, forma și structura interacțiunii sunt constrânse de un sistem de reguli predeterminat: discursul electoral, platforma-program a unui partid, predica, ședința de consiliu, interpelările și dezbaterile parlamentare. Limitările interacționale sunt date de „ideologia grupului”, de un set normativ de idei care constrâng discursurile individuale. În prim-plan trece conformitatea cu ideologia, în timp ce elementele care țin de personalitatea vorbitorului trec în plan secundar și se subordonează convenției de aderare la normă.

În situația „socială” de comunicare, interacțiunea are loc de pe poziții de rol prealocate: la medic, la magazin, în instanță, la școală. Deși este constrâns de reguli de interacțiune, individul se poate manifesta ca personalitate independentă, cu gândire și voință proprie, luând decizii în nume personal, recurgând la strategii asupra cărora are libertatea de a delibera.

În situația „de stres”, interacțanții abordează liber subiecte și își concep strategii interacționale prin adaptare permanentă unul la celălalt. De vorbă cu colegii de școală, o discuție în familie, o conversație de socializare în sala de așteptare la medic, reîntâlnirea cu colegii de școală după 25 de ani sunt astfel de situații în care interlocutorii interacționează pe baza datelor individuale de personalitate, raportându-se la o istorie conversațională comună, dinamică.

În situația „interculturală” de comunicare, interlocutorii trebuie să se adapteze unui sistem nefamiliar de semne și simboluri, negociind nu doar tema sau accesul la cuvânt, ci chiar sistemul de comunicare. Comunicarea dintre un american și un japonez, un francez și un italian, un suedez și un spaniol, un român și un german etc. sau dintre un american și un francez, un american și un italian, un american și un suedez etc. va avea configurații diferite (vezi capitolul IV).

3.6. Scopul

Când comunică, oamenii au trei scopuri fundamentale: personale (dezvoltare intelectuală, fericire personală, siguranță personală, destindere, autorealizare etc.), familiale (dragoste, căsătorie, creșterea copiilor, desfășurarea unor activități casnice etc.), sociale (căutarea prieteniei unor persoane, cooperare, competiție, obținerea respectului celorlalți, afiliere la anumite grupuri etc.). Aceste scopuri generale își subordonează scopuri particulare, a căror diversitate poate fi redusă la scripturi comportamentale și comunicaționale, adică la comportamente stereotipe într-o situație dată. Planificarea comportamentelor verbale și adoptarea strategiilor de comunicare asigură atingerea scopului. Prin învățare și experiențe sociale diverse, individul dobândește abilitatea de a recurge la acele comportamente comunicative care îi asigură atingerea scopului.

3.7. Stilul comunicativ individual

Observarea comportamentelor comunicative ale indivizilor în diverse situații de comunicare a scos în evidență existența unor constante de-a lungul unor axe: dominant/supus, histrionic/rezervat, conflictual/neconflictual, viu/inexpresiv, calm/frenetic, atent/neatent, impresionant/nesemnificativ, deschis/închis, prietenos/ostil. Aceste axe sunt continuuuri de-a lungul cărora trăsătura se manifestă în grade diferite; comportamentul individului rezultă din combinația particulară a tuturor acestor axe.

Indivizii care au un stil comunicativ dominant, histrionic, viu, frenetic tind să vorbească mult, să aibă intervenții relativ lungi, să-și întrerupă interlocutorii, să inițieze conversații și teme, să aibă mimică bogată, mișcări ample, să fie asertivi, să folosească un limbaj expresiv, să recurgă la variații de înălțime a tonului și intonație, să gesticuleze etc. Indivizii cu un stil conflictual, ostil tind să fie hiperargumentativi și hiperasertivi, să proiecteze în

discurs emoții negative, să recurgă la tehnici de disociere de interlocutor și la agresivitate verbală, să blocheze comunicarea prin diverse strategii de evitare a subiectului sau de evitare a interlocutorului. Stilul deschis se concretizează prin angajarea vorbitorului în autodezvăluiri, prin sinceritate, atitudine cooperantă, poziții corporale deschise, susținerea privirii interlocutorului. Stilul atent presupune ascultare activă, feedback relevant, empatizare cu interlocutorul, susținerea comunicativă a acestuia.

3.8. Comportamentul comunicativ

În funcție de situația de comunicare, de scopul interacțiunii, de stilul comunicativ și de strategia particulară pentru care optează, individul se poate angaja în diverse tipuri de comportamente comunicative¹.

Comportamentul euristic a fost gramaticalizat în limbă sub forma enunțurilor interogative, iar din punct de vedere dialogic se manifestă în cadrul perechii de adiacență întrebare-răspuns (vezi *infra*). În funcție de rolul structural pe care îl au, întrebările sunt de două tipuri: (i) întrebări ad-hoc, acte de vorbire în cadrul unor conversații/discuții prin care se solicită interlocutorului să formuleze un răspuns, și (ii) întrebări cu funcție structurală în cadrul unor tipuri specializate de dialoguri, unde perechea de adiacență întrebare-răspuns reprezintă modul de organizare a discursului (în discursul didactic, în justiție, în consultația medicală, în psihoterapie, în interviul mass-media, în interogatoriul poliției, în anchetele de marketing și în sondajele de opinie, în interviul de angajare etc.).

Comportamentul de ranforsare (de întărire) se constituie ca răspuns valorizant pozitiv sau negativ al vorbitorului la o acțiune

1. Prezentarea comportamentelor comunicative a fost preluată din Vasilescu (2005, pp. 794-796).

(verbală sau nonverbală) a interlocutorului. Scopul ranforsărilor pozitive este de a încuraja comportamente viitoare similare cu comportamentul ranforsat, iar al ranforsărilor negative este de a împiedica repetarea comportamentului respectiv. Ranforsările au semnificație socială și emoțională pentru interlocutor; se concretizează în forma unor acte de vorbire tipice (laude sau critici, încurajare sau interdicție), în forma răsplatei verbale sau a sancțiunilor, a recunoașterii meritelor celuilalt prin acte de vorbire reprezentative (*Mi-a plăcut foarte mult compunerea ta și am să-ți pun un zece în catalog./ Nu mi-a plăcut deloc cum ai lucrat azi, vei primi o notă mică.*), expresive (*Foarte bine! Bravo! Cea mai frumoasă lucrare! / Să-ți fie rușine că iar nu ai învățat!*), declarative (*Premiul de excelență se acordă doamnei învățătoare Ionescu pentru întreaga sa activitate la catedră./ Patru. Te las corigent*). Ranforsările apar și în conversația cotidiană, dar sunt mai frecvente în anumite tipuri de discurs (discursul didactic, discursul de evaluare în cadrul diverselor organizații, discursul publicitar în care folosirea unui produs este răsplătită cu beneficii personale etc.).

Comportamentul de susținere (de sprijin) se concretizează în semnale pe care vorbitorul le trimite ascultătorului în legătură cu modul în care îl percepe, îl acceptă, îl susține, oferindu-i sprijin informațional, relațional și emoțional. Este un comportament cu rol esențial în constituirea și întreținerea relațiilor interumane. Formularea unor răspunsuri suficient de informative la întrebări, folosirea unor strategii ale politeții pozitive (vezi *infra*), empatizarea cu celălalt sunt concretizări ale susținerii comunicative pe care vorbitorul o oferă interlocutorului, dându-i sentimentul apartenenței la grup, satisfăcându-i nevoia de cooperare, de aprobare, de apreciere.

Comportamentul reflexiv este o formă de răspuns prin care vorbitorul curent reflectă ceea ce a spus interlocutorul, marcând coparticiparea la dialog, în ciuda rolului pasiv asumat. În cadrul dialogului, poate avea diverse funcții: a) încurajează conversația (vorbitorul curent îi trimite interlocutorului un semnal că îl

urmărește, îl lasă să continue, este interesat de ceea ce spune); b) induce o schimbare în cursul conversației (vorbitorul îi solicită ascultătorului clarificări, reformulări, aprofundări, se concentrează pe anumite porțiuni din discursul interlocutorului); c) încheie conversația (vorbitorul reia spusele interlocutorului pentru a semnaliza dorința de a abandona subiectul). Printre mărcile lingvistice specifice sunt repetițiile (parțiale sau totale), interjecțiile (*aha; da, da, da...; și?; hm...*), deicticele textuale (*așa...; a, acum înțeleg...*), secvențele prin care se introduc reformulări (*adică; vrei să zici...; dacă înțeleg bine...; deci*), conectorii pragmatici (*ei, deci...*), secvențele conclusive (*bun, asta a fost, ne oprim aici, următorul*).

Prin *comportamentul explicativ*, vorbitorul prezintă o problemă, pentru a o face înțeleasă de un public determinat. Explicațiile sunt implicate în anumite profesii (discursul didactic, discursul avocaților, discursul asistenților sociali, discursurile din ghidurile turistice, discursul științific de popularizare etc.). Printre mărcile textuale ale acestui tip de comportament comunicativ se numără: structurile explicative, glosările apozitive, metaforele cu funcții concretizatoare, enunțurile asertive, conectorii (*în primul rând..., în al doilea rând; pe de o parte..., pe de altă parte; întâi..., apoi*), demarcatorii discursivi (*vom discuta în continuare...; până aici am văzut cum...; o altă întrebare care se naște este...*), structurile enumerative etc.

Prin *comportamentul autocentrat (autodezvăluirea)* individul se dezvăluie celorlalți vorbind despre ei înșiși. Tip de comportament verbal constitutiv pentru anumite genuri și specii literare/jurnalistice (memorialistica, interviurile, CV-urile etc.), autodezvăluirea este o parte constitutivă a relațiilor sociale în măsura în care definește stadiul unei relații (stadiu inițial, stadiu avansat, stadiu final; relație pozitivă/negativă), gradul de intensitate al relației (relație superficială/intimă) sau dă indicii asupra direcției pe care o va urma relația (constituire, continuare, disoluție, repararea relației). În comunicare, autodezvăluirile au funcție strategică: vorbitorul îi propune interlocutorului o imagine despre

sine, pentru a o negocia pe parcursul interacțiunii verbale. Vorbitorul este constrâns în autodezvăluire de reguli ale modestiei și de riscurile pe care le comportă dezvăluirile personale. Printre mărcile discursive specifice sunt formele verbale și pronominale de persoana I, determinările adjectivale și adverbiale, modalizatorii subiectivi (*părerea mea; zic că; cred că*), frecvența deicticelor, constituirea unor opoziții discursive eu/ceilalți, enunțurile metadiscursive (*dacă mi-aduc aminte; să-ți spun un secret*), mărci ale afectivității.

Comportamentul ludic (umorul) este o formă de comportament comunicativ prin care vorbitorul îi solicită ascultătorului un răspuns actualizat prin elemente paraverbale (râsul) sau nonverbale (zâmbetul). Elementul distinctiv îl constituie atitudinea ludică față de mesaj a participanților la comunicare. Când atitudinea ludică este substituită de intenții ofensatoare, umorul se transformă în ironie. Umorul are diverse funcții în cadrul discursului: (i) vorbitorul îi solicită ascultătorului informație (modul în care interlocutorul răspunde la umor poate fi un indiciu al atitudinii sale în raport cu tema dialogului sau cu gradul în care îi acordă atenție interlocutorului); (ii) vorbitorul se autodezvăluie (îi dă interlocutorului un semnal de acceptare, de cordialitate, semnalizează o atitudine pozitivă, dorința de afiliere, de acord); (iii) vorbitorul exercită controlul în relațiile interpersonale (reacția pozitivă la umorul interlocutorului este o formă de recompensă, în timp ce refuzul de a răspunde la umor poate fi expresia ostilității în cadrul relației; prin umor se pot umple golurile comunicative, poate fi păstrat interesul interlocutorului pentru tema în discuție, se poate anunța schimbarea temei; umorul funcționează uneori ca formă de obținere a acordului/bunăvoinței/recunoașterii celorlalți); (iv) vorbitorul creează un context comun de interacțiune oferind sentimentul apartenenței la grup și al sprijinului mutual ca formă de marcarea identității de grup; (v) vorbitorul urmărește reglarea anxietății în cadrul relației de comunicare (eliberarea tensiunilor acumulate, ieșirea dintr-o situație neplăcută, ieșirea din stările de surescitare – glumele din sala de așteptare la dentist, glumele dinaintea unui

examen etc.); (vi) vorbitorul participă la fixarea tiparelor cognitive și a stereotipurilor (vezi, de pildă, glumele pe seama grupurilor etnice) sau le neagă (prin ieșirea din realitate în fantezie).

3.9. Emoția

Există două forme principale de cunoaștere: rațiunea (cunoașterea rațională) și emoția (cunoașterea emoțională). Dacă multă vreme ele au fost puse în opoziție, dacă Occidentul (cartezianismul european, de pildă) afirma supremația rațiunii, iar Orientul (confucianismul, de exemplu) pe cea a emoției, cercetările actuale au relevat o intercondiționare a celor două sfere care guvernează comportamentele umane.

Emoțiile dau semnificație vieții, furnizează motivații importante pentru comportamentele noastre, dau culoare gândurilor și formelor de cunoaștere. Sunt, cu adevărat, combustibilul psihologic de bază pentru creștere, dezvoltare, acțiune (Gudykunst, 2003, p. 91).

Emoția este o stare neural-mentală subiectivă care evocă un răspuns al individului la un stimul¹. Unele emoții sunt considerate, în general, pozitive (amuzament, altruism, venerație, calm, confort, mulțumire, încredere, dorință, satisfacție, euforie, extaz, bucurie, mulțumire, grațitudine, surpriză, fericire, speranță, bunătate, dragoste, răbdare), altele negative (agitație, furie, angoasă, amărăciune, tristețe, plictiseală, confuzie, depresie, durere, milă, nervozitate, dezamăgire, nemulțumire, dezgust, stânjenală, invidie, teamă, singurătate, frustrare, durere, vinovăție, umilință, gelozie, remușcare, [auto]compătimire, egoism, ură, rușine, îngrijorare),

1. Vom folosi termenul *emoție* cu sensul său din antropologie, ca termen generic pentru diverse stări afective, fără a face distincțiile curente din psihologie (emoții, sentimente, pasiuni, afecte, stări etc.).

altele mixte (acceptare, trac, dor, modestie, nostalgie). Dintre acestea, cinci sunt considerate emoții de bază, primare, în sensul că se regăsesc la toate populațiile și intră în structura unor emoții complexe: furie, frică, tristețe, dezgust, fericire. Diagrama de mai jos prezintă principalele emoții, gradele în care se manifestă și relațiile dintre vecinătăți.

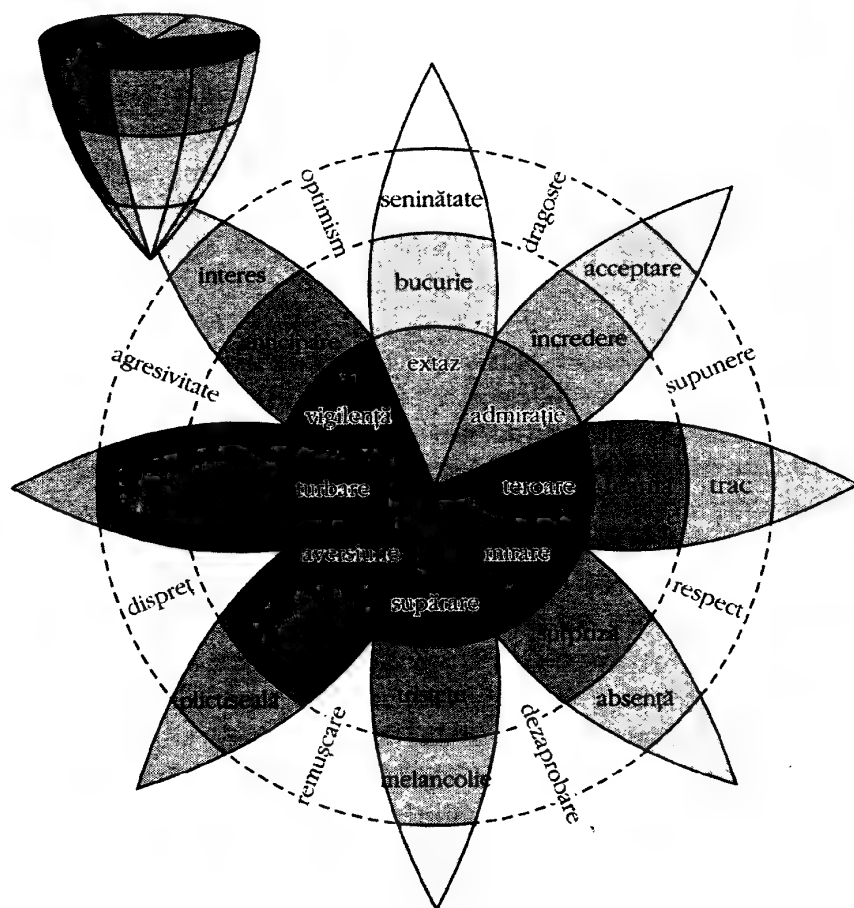


Fig. 7

(Sursa: <http://fergus.files.wordpress.com/2006/11/plutchikfig6.gif>)

Specificul unei emoții în raport cu alta este dat de: antecedente (factorii care o declanșează), trăsături particulare ale experienței emoționale, evaluare cognitivă, manifestările verbale și nonverbale prin care se manifestă. De exemplu, frica este o emoție negativă, ce apare ca reacție a individului la un stimul pe care acesta îl interpretează ca potențială amenințare; pe baza unei inferențe (deducții) cognitive, individul percepe stimulul respectiv ca pericol și trăiește o experiență emoțională negativă, manifestată prin anumite expresii faciale particulare și prin anumite comportamente (de pildă, fuga, chemarea unui ajutor etc.); efectul scontat de individ este protejarea de pericol. Vinovăția este sentimentul trăit de o persoană care regretă săvârșirea unei acțiuni, determinând retragere, lipsă de încredere în propria persoană autopercepută ca nedemnă, nemeritorie. Speranța este sentimentul pozitiv care acompaniază încrederea unui individ în rezultatele pozitive ale unei acțiuni, funcționând adeseori ca motivație de a continua acțiunea. Mândria este emoția asociată cu un nivel ridicat al respectului de sine și al bucuriei exacerbate pentru realizările personale sau ale grupului din care face parte individul. Surpriza este o emoție de scurtă durată rezultată din producerea unui eveniment neașteptat; surprizele pot fi neutre, pozitive sau negative și deseori sunt urmate, la un interval scurt de timp, de bucurie sau teamă.

Deși teoreticienii emoției sunt de acord asupra faptului că emoțiile îi ajută pe oameni să rezolve problemele fundamentale ale vieții în cadrul societății, există două abordări distincte. Pe de o parte, teoriile evoluționiste consideră emoțiile programe afective universale, biologice, înnăscute, înscrise în codul genetic al oamenilor, care au evoluat în timp și care au funcția de a rezolva amenințările ancestrale și recurente cu care se confruntă supraviețuirea („Funcția primară a emoției este de a mobiliza organismul să răspundă rapid la provocările interacțiunilor interpersonale” – Ekman, 1973a, p. 171). Pe de altă parte, teoriile constructiviste susțin că emoțiile sunt răspunsuri învățate în cadrul societății, construite ca parte componentă a discursului social în acord cu elemente culturale specifice precum identitatea,

moralitatea, structura socială („Emoțiile sunt un limbaj primar prin care se definesc și se negociază relațiile sociale ale eului în ordinea moralității” – Lutz, White, 1986, p. 417). Abordarea social-funcțională a emoției integrează teoriile evoluționiste cu cele constructiviste, considerând că, prin procese specifice, cultura modelează emoțiile primordiale (rezultate din evoluția genetică), producând emoții elaborate cu ajutorul cărora oamenii rezolvă diversele probleme ale vieții în societate.

Emoțiile sunt o parte componentă a sistemelor prin care sunt rezolvate probleme legate de supraviețuirea fizică, de reproducere, de guvernare a grupului. Emoțiile primare cu bază biologică și universală implică experiența, percepția, fiziologia și comunicarea, rezolvând problemele survenite în contextul interacțiunilor sociale care au loc. Emoțiile elaborate reprezintă un pachet global de semnificații, comportamente, practici sociale și norme construite în jurul emoțiilor primordiale în societăți umane determinate (Keltner, Haidt, 2001, p. 207).

3.10. Competența de comunicare

Comunicarea prin limbă presupune competență de comunicare, adică abilitatea individului de a se adapta circumstanțelor complexe în care are loc interacțiunea, pentru a obține eficiență maximă în procesul de comunicare. Competența de comunicare include două tipuri de competențe distincte, dar interdependente: *competența lingvistică* și *competența pragmatică*.

Competența lingvistică este capacitatea înăscută a omului de a face operații cu semne și simboluri lingvistice care să-i permită achiziționarea spontană a limbii materne; facultatea limbii constă, în mod fundamental, în creativitatea lingvistică, adică în acea capacitate înăscută a omului de a produce și înțelege un set infinit de enunțuri pe baza unui set finit de reguli, cu scopul de a comunica gânduri liber construite. În afară

de această capacitate genetică a omului, comunicarea presupune însă și performanță, adică actualizarea acelui sistem abstract de reguli existente în mintea vorbitorului nativ prin enunțuri afectate de factori externi limbii și adaptate lor (Chomsky, 1985).

Competența pragmatică este capacitatea individului, parțial înăscută, în cea mai mare parte însă dobândită, de a produce mesaje adaptate în mod optim la condițiile concrete de comunicare, cu scopul de a obține eficiență comunicativă maximă. Competența pragmatică se măsoară prin efectele pe care comunicarea le are asupra interlocutorului și prin beneficiile comunicative ale vorbitorului.

Competența de comunicare presupune control, adaptare și cooperare. Controlul, cognitiv și operațional, presupune abilitatea individului de a alege și de a aplica una dintre strategiile comunicative învățate, planificând și autoreglând, cu flexibilitate, comportamentele comunicative în funcție de scopul propus, integrând unități minimale în unități cu grad superior de complexitate. Adaptarea presupune capacitatea individului de a-și adecva în permanență comunicarea scopului general, dar și scopurilor parțiale, rezultatelor parțiale și rezultatului final așteptat, interlocutorilor, contextului general de comunicare. Cooperarea presupune acțiune asupra interlocutorului și reacție la comportamentele sale și la efectele comunicării, schimb informațional și negociere.

Competența de comunicare se învață și se perfecționează prin acțiuni organizate și coordonate, prin experiențe de comunicare variate și repetate.

4. Structura interacțiunii verbale

În cadrul societății, comunicarea poate lua una din următoarele forme posibile: *monologul* sau *dialogul*. În unele situații de interacțiune, secvențele monologale alternează cu cele dialogale.

Când o persoană produce un mesaj, adresându-se unui public (real sau imaginar) fără a aștepta un răspuns imediat de la acesta, comunicarea ia forma monologului. *Monologul* se caracterizează prin lipsa alternanței la cuvânt. Monologul autoadresat se numește *solilocviu*. În structura lui internă, orice monolog are, în esență, caracter dialogic prin două trăsături definitorii: dialogism¹ și plurivocitate². Orice activitate comunicativă este, în esența ei, dialogală, chiar dacă, la nivelul structurii de suprafață, apare ca monolog.

Dialogul este o practică socială având ca suport limba: o formă de comunicare între doi sau mai mulți vorbitori (< gr. *dia*, „prin”, „între” + *logos*, „vorbi”). Pentru ca un dialog să aibă loc trebuie satisfăcute următoarele reguli constitutive: a) să existe cel puțin doi participanți la actul de comunicare; b) participanții la dialog să se afle într-o situație comună de interacțiune (față în față sau într-o situație mediată tehnic – telefon, computer, televizor,

1. Emițătorul își concepe monologul din perspectiva destinatarului potențial; în cazul monologului oral (nu scris), emițătorul poate monitoriza vizual și auditiv alocutorul și își poate reorganiza în permanență mesajul în funcție de reacțiile observate; această trăsătură internă a discursului monologal poartă numele de *dialogism*.
2. Emițătorul produce acte de limbaj prin creație și imitație. El folosește în mod creativ limbajul, producând enunțuri personale pe baza unor reguli recursive de gramatică și a unui vocabular, pentru a-și exprima idei, sentimente, atitudini personale; în același timp însă, el imită acte de limbaj produse de ceilalți oameni în împrejurări similare, deci folosește limba așa cum o fac și ceilalți membri ai societății. Orice enunț poartă în el nu doar „vocea” celui care îl produce la un moment dat, ci și „vocea” acestuia în interacțiuni anterioare, precum și „vocile” celorlalți membri ai societății vorbind pe aceeași temă, în diverse momente, în diverse circumstanțe concrete. Această trăsătură internă a discursului monologal poartă numele de *plurivocitate*. Una dintre manifestările plurivocității este intertextualitatea, adică particularitatea unui text de a evoca alte texte (prin clișee, citate, simboluri etc.).

radio etc.), care să le permită interlocutorilor o legătură interacțională; c) între participanții la dialog să existe interes reciproc (vorbitorul trebuie să se orienteze spre interlocutor, manifestând intenția/dorința de a comunica; ascultătorul trebuie să reacționeze la ceea ce spune vorbitorul; atât vorbitorul, cât și ascultătorul trebuie să fie dispuși să se angajeze în procese cognitive care implică în special memoria de scurtă durată); d) participanții la dialog trebuie să aibă un univers comun de discurs (cunoștințe comune despre lume, cunoștințe contextuale comune, experiențe împărtășite, ca bază a schimbului informațional). Eficiența schimbului dialogal este guvernată de următoarele principii: 1) participanții la dialog trebuie să adopte un comportament dialogal care să permită schimbul alternativ de replici (să fie flexibili, să-și inhibe replica proprie sau reacțiile afective atât timp cât vorbește interlocutorul, să cedeze cuvântul după o replică rezonabil de lungă în raport cu scopul curent al conversației); 2) participanții la dialog trebuie să aibă un comportament cooperant, în sensul că trebuie să aibă contribuții verbale care să satisfacă scopul curent al interacțiunii (să aibă contribuții coerente în contextul dialogal, semnalizate adecvat în planul expresiei; să manifeste preocupare pentru aceeași temă) (Vasilescu, 2005, p. 780).

La dialog pot lua parte doi sau mai mulți interlocutori. Schimbările verbale cu mai mult de doi participanți sunt, prin complexitatea lor, mai mult decât succesiuni de dialoguri cu doi participanți. Complexitatea se manifestă în procesul constituirii universului comun de discurs, în progresia tematică, în dinamica relațiilor dintre interlocutori: sistemul înscrierilor la cuvânt; „coalitiile” comunicative și configurarea subgrupurilor comunicative (cine cu cine interacționează și pe cine ignoră, cine pe cine susține din punct de vedere comunicativ, cine pe cine contrazice); procesul trecerii de la statutul de vorbitor la cel de ascultător, la cel de ascultător pasiv (martor la dialog, potențial interlocutor) sau la cel de martor la dialog, ignorat complet de vorbitor și ascultător, fără perspective de a dobândi statut de interlocutor în comunicare.

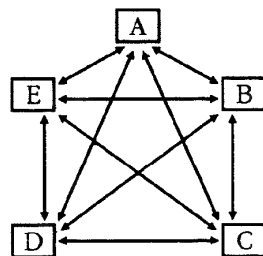


Fig. 8 – Schimburi verbale cu mai mult de doi participanți

Interacțiunea verbală are o organizare internă, care poate fi descrisă ca o structură ierarhică de niveluri. Unitatea minimală a comunicării este actul verbal; actele verbale se combină, formând mișcările comunicative; mișcările comunicative se includ în intervenții ale fiecărui vorbitor; două sau mai multe intervenții ale vorbitorilor formează un schimb; mai multe schimburi formează o tranzacție; tranzacțiile se relaționează în cadrul unei conversații sau discuții.

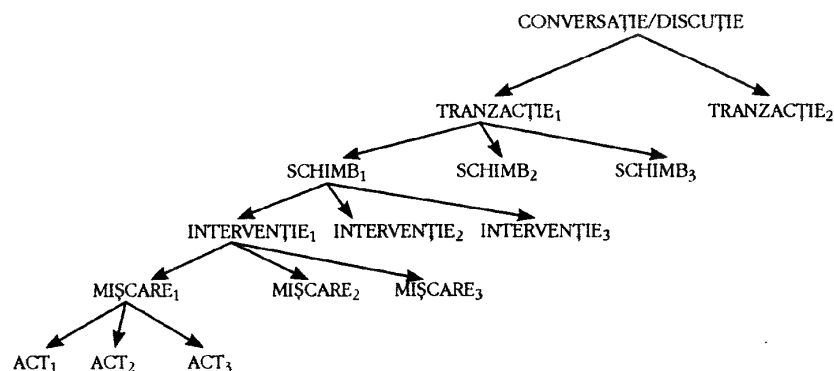


Fig. 9 – Interacțiunea verbală

Actul de vorbire. În procesul comunicării, oamenii acționează unul asupra celuilalt prin limbă, producând schimbări în lumea înconjurătoare. Unitatea comunicativă minimală este actul de vorbire, și anume actul performat prin utilizarea limbii în situații de comunicare concrete: secvența produsă de vorbitor cu o

anumită intenție comunicativă, într-un context determinat. Într-o situație de comunicare dată, un vorbitor produce o secvență lingvistică (componenta locuționară a actului de vorbire) cu o anumită intenție (componenta ilocuționară a actului de vorbire), urmărind producerea unor efecte asupra interlocutorului (componenta perlocuționară a actului de vorbire)¹. Există șase tipuri

1. Actele de vorbire au trei componente: componenta locuționară, componenta ilocuționară și componenta perlocuționară. *Componenta locuționară* este rezultatul producerii unor secvențe lingvistice conforme cu regulile fonetice, gramaticale și semantice ale unei limbi date: *În clădire sunt doi oameni* este o structură care respectă regulile de combinare a fonemelor, morfemelor, cuvintelor în limba română și se asociază cu o interpretare semantică. Dacă regulile de bună formare sunt încălcate, atunci enunțul nu este corect gramatical/acceptabil. Orice enunț însă este mai mult decât o structură fonetică-gramaticală-semantică; vorbitorul produce acel enunț cu o anumită intenție, cu scopul de a acționa asupra interlocutorului său, atașând deci enunțului o forță convențională numită *forță ilocuționară*. Astfel, enunțul *În clădire sunt doi oameni* poate funcționa, în funcție de context și de intenția comunicativă a vorbitorului, ca o aserțiune (o descriere adevărată sau falsă a unei stări de fapt din lumea reală), ca un ordin indirect (vorbitorul îi sugerează portarului să-i dea afară pe cei doi intruși din clădire), ca un reproș indirect (vorbitorul îi sugerează portarului că nu ar fi trebuit să permită pătrunderea niciunui străin în clădire), ca o amenințare indirectă (vorbitorul, un bandit, îl amenință pe interlocutor că nu-i va fi greu să-l omoare dacă nu face ce îi spune). Pe baza unor inferențe, interlocutorii deduc intenția comunicativă a vorbitorului; dacă vorbitorul reușește să performeze actul de vorbire astfel încât ascultătorul să poată deduce corect intenția vorbitorului, actul de vorbire este reușit, este performat cu succes; dacă vorbitorul nu a reușit să transmită mesajul astfel încât ascultătorul să deducă intenția sa, atunci actul de vorbire este nereușit, eșuat. Ilocuția are efecte asupra interlocutorului: îl lasă indiferent, îi umple un gol cognitiv, îl determină să facă anumite acțiuni motorii, îi induce teamă etc. Efectele ilocuției reprezintă *componenta perlocuționară* a actului de vorbire. Din acest punct de vedere, un act de vorbire poate fi

principale de acte de vorbire : acte reprezentative, acte directive, întrebări, acte promisiive (comisive), acte expresive și acte declarative (declarații)¹. Actele de vorbire pot fi performate direct

eficient (când actul de vorbire are asupra ascultătorului efectul scontat de vorbitor) sau ineficient (când scopul perlocuționar nu este atins) (Vasilescu, 2005, pp. 798-799).

1. Prin *actele de vorbire reprezentative (asertive)* vorbitorul își asumă conținutul propozițional, în diverse grade: când spune *Astăzi sunt 2°C*, vorbitorul consideră adevărat conținutul propozițional al actului de vorbire. El folosește cuvintele pentru a descrie o stare din lumea reală pe care o crede/prezintă ca adevărată. Există diverse subclase de acte reprezentative (asertive): *afirmație, sugestie, insistență, presupunere, deducție, plângere, reproș* etc. Prin *actele de vorbire directive* vorbitorul încearcă să-l determine pe ascultător să facă o anumită acțiune: când spune *Închide geamul!* vorbitorul dorește să-l facă pe ascultător să acționeze în sensul conținutului propozițional al actului de vorbire („a închide geamul”). El vrea/dorește să schimbe o stare de fapte din lumea reală folosind cuvintele. Există diverse subclase de acte directive: *ordin, poruncă, rugămintă* etc. Prin *actele de vorbire întrebare* vorbitorul îi solicită ascultătorului să furnizeze un răspuns care să-i umple un gol cognitiv (de diverse tipuri, real sau pretins): *La ce oră te întorci?/ La ora 10*. Există diverse subclase de acte-întrebare: *întrebare, interogare, chestionare, informare* etc. Prin *actele de vorbire comisive (promisiive)* vorbitorul își ia angajamentul să realizeze acțiunea specificată de conținutul propozițional al actului de vorbire: *Promit să nu mai întârzi* (vorbitorul își ia angajamentul în fața interlocutorului „de a nu mai întârzia”). Vorbitorul își exprimă intenția de a face astfel încât starea de lucruri din lumea reală să fie conformă cuvintelor sale. Subtipuri de acte promisiive: *promisiune, jurămintă, angajamente* etc. Prin *actele de vorbire expresive* vorbitorul își exprimă atitudinea (bucurie, entuziasm, tristețe, compasiune, admirație etc.) față de conținutul propozițional al actului de vorbire: *Ce frumoasă ești!* (vorbitorul își exprimă admirația față de o calitate atribuită interlocutoarei, „a fi frumoasă”). Subtipuri de acte de vorbire expresive: *mulțumirile, felicitările, scuzele, condoleanțele* etc. Prin *actele de vorbire declarative* vorbitorul face o declarație

(acte de vorbire directe) sau indirect (acte de vorbire indirecte). Actele de vorbire indirecte sunt actele de vorbire performate prin intermediul altor acte de vorbire (purtând mărcile formale ale altor acte de vorbire). Astfel, vorbitorul poate să-i solicite ascultătorului să deschidă fereastra performând un act de vorbire direct (marcat prin sintaxa imperativă: *Deschide fereastra!*) sau indirect, prin intermediul unui act de vorbire reprezentativ/asertiv (cu sintaxă asertivă: *S-a făcut foarte cald aici!*), al unei întrebări (cu sintaxă interogativă: *Vrei să deschizi fereastra?*), al unui act de vorbire expresiv (cu sintaxă exclamativă: *Ce cald e aici!*). În comunicare, interlocutorii folosesc deseori acte de vorbire indirecte, interpretate de ascultători pe baza cunoștințelor contextuale comune și a competențelor comune de comunicare.

Mișcarea conversațională. Vorbitorii performează acte de vorbire pentru a construi schimbul verbal: pentru a-l iniția, pentru a-l menține, pentru a face tranziția de la o temă la alta sau pentru a-l încheia. Actele de vorbire se integrează în mișcări conversaționale. Mișcarea conversațională (de inițiere/menținere/de tranziție/de încheiere) poate fi simplă, alcătuită dintr-un singur act de vorbire, sau complexă, alcătuită din mai multe acte de vorbire.

Replica. Aportul conversațional (de obicei verbal, dar și non-verbal/paraverbal) al unui vorbitor, urmat imediat de contribuția conversațională a altui vorbitor reprezintă o intervenție (replică): intervenția (replica) lui A, urmată de intervenția (replica) lui B, urmată de intervenția (replica) lui A etc. În textele scrise, fiecare

verbală care instaurează o stare de fapt în lumea reală: spunând *Vă declar căsătoriți*, ofițerul stării civile instituie starea de „căsătorit” pentru persoanele spre care este direcționat actul de vorbire. Prin cuvinte se performează o acțiune în mod convențional. Pentru ca actul de vorbire să fie performat în condiții de succes, trebuie satisfăcute anumite condiții extralingvistice, instituționale. „A declara căsătoriți”, „a boteza”, „a declara război”, „a declara ședința închisă/deschisă” sunt acte de vorbire declarative.

intervenție (replică) este marcată printr-un semn de punctuație specific, linia de dialog. O intervenție (replică) este formată de obicei dintr-o singură mișcare conversațională (de inițiere, de menținere, de încheiere a conversației); există însă și situații în care, în cadrul unei intervenții, vorbitorul încheie o secvență conversațională și inițiază alta (vezi *supra*, 2.2). Intervenția (replica) unui vorbitor poate fi formată dintr-un act de vorbire sau din mai multe acte de vorbire (vezi *supra*, 2.2). Lungimea intervențiilor este variată: un cuvânt, o sintagmă, o propoziție, o frază, mai multe fraze. În mod ideal, o intervenție conține o unitate informațională; în realitate, nu există o relație 1:1 între intervenție și unitățile de informație.

Schimbul de replici. Cea mai mică unitate interactivă, alcătuită, de obicei, din două intervenții (replici), formează un schimb de replici. Schimbul de replici este guvernat de principiul alternanței la cuvânt. Intervențiile care compun un schimb de replici sunt succesive, separate de obicei prin pauze care variază între câteva microsecunde și câteva zecimi de secundă. În mod ideal, fiecare replică ar trebui să fie o unitate informațională completă. Actualizarea schimbului de replici presupune accesul la cuvânt al interlocutorilor. Interlocutorii recurg la diverse strategii prin care „iau cuvântul”, „păstrează cuvântul”, „cedează cuvântul”. Pentru a lua cuvântul, vorbitorul poate: (i) să înceapă pur și simplu să vorbească pe o anumită temă; (ii) să preia cuvântul de la interlocutor prin introducerea unor mărci de validare a enunțului anterior (*ab, oh, îmm, da, ei bine*) sau a unor conectori transfrastici (*și, dar, pentru că, deci*); (iii) să-și întrerupă interlocutorul ridicând tonul, folosind cuvinte de „alertă” (*hei, ascultă, uite*) sau făcând comentarii metalingvistice (*mă scuzi că te întrerup o clipă; aș vrea să adaug ceva; lasă-mă să spun ceva; dați-mi voie; o clipă, vă rog; taci tu, să spun eu*). Pentru a păstra cuvântul, vorbitorul poate: (i) să-și continue pur și simplu ideea fără a-i da interlocutorului posibilitatea să intervină; (ii) să recurgă la cuvinte de umplutură pentru a-i semnaliza interlocutorului

că nu dorește să abandoneze cuvântul; (iii) să recurgă la repetiții lexicale și reformulări care îi permit planificarea mesajului fără a ceda cuvântul interlocutorului. Contururile intonaționale non-terminale, elementele nonverbale și paraverbale (poziții corporale, privirea îndreptată spre interlocutor, mimica, gesturile, debitul verbal) sunt elemente care însoțesc mesajul verbal semnalând intenția vorbitorului de a păstra cuvântul. Pentru a ceda cuvântul, vorbitorul poate: (i) să performeze anumite acte de vorbire (întrebările, directivele, scuzele, invitațiile, ofertele sunt acte de vorbire care cer, conform principiului perechilor de adiacență, producerea de către interlocutor a unui răspuns la stimul); (ii) să-i dea alocutorului semnale explicite că îi cedează cuvântul (secvențe de apel adresate interlocutorului – vocative, întrebări de confirmare); (iii) să recurgă la un contur intonațional terminal; (iv) să tacă; (v) să-i ofere interlocutorului semnale mimico-gestuale (îl privește fix, îl invită prin mimică și/sau gesturi să preia cuvântul, își relaxează brusc mușchii feței etc.). Accesul la cuvânt nu este însă reglementat de reguli foarte stricte, pe de o parte, iar, pe de altă parte, semnalele angajării comunicative a vorbitorului nu sunt univoce. De aici rezultă o serie de fenomene comunicative: suprapuneri între vorbitori, sudări de replici (replici spuse de vorbitori diferiți, alcătuiind însă o singură unitate comunicativă – de exemplu, o propoziție completă), tăceri mai lungi. Schimbul de replici se constituie după principiul acțiunii (vorbitorului) și reacției (interlocutorului): întrebare – răspuns, invitație – acceptarea/refuzarea invitației, ordin – îndeplinirea ordinului, scuze – acceptarea/respingerea scuzelor etc. Acest cuplaj de replici poartă numele de *perechi de adiacență*. Primul element al perechii de adiacență condiționează un anumit tip de reacție în replica interlocutorului. Uneori schimbul (de replici) este alcătuit din trei elemente: acțiune (vorbitorul 1) – reacție (vorbitorul 2) – ratificare (feedback dat de vorbitorul 1 vorbitorului 2).

Tranzacția. Unul sau mai multe schimburi pe aceeași temă formează o tranzacție. O temă poate fi alcătuită din mai multe

subteme. Introducerea temei depinde de cunoștințele comune ale vorbitorilor, de gradul de cunoaștere reciprocă. Presupune adoptarea unor strategii prin care vorbitorul își începe interacțiunea comunicativă și își pregătește interlocutorii pentru schimbul verbal. Temele pot fi introduse direct, prin acte de vorbire reprezentative/asertive, expresive, întrebări, sau indirect, prin elemente cu caracter pregătitor (anunțarea temei, anunțarea intenției de a introduce o temă). Susținerea temei se face prin informații suplimentare sau prin exprimarea unor atitudini, emoții provocate de temă. Abandonarea temei se poate face prin întreruperea schimbului verbal sau prin mărci explicite: lexicale (*bine, da, asta e, atât am avut de spus*), paralingvistice (intonație descendentă, pauză, râs), nonverbale (mimică, gesturi). Există conectori specifici de continuitate (*da, aproape, de, ei*) sau de discontinuitate (*dar, ba da*), de ezitare (*ăă, păi*).

Conversația, discuția. Una sau mai multe tranzacții formează o conversație sau o discuție. *Conversația* este un dialog cu caracter neinstituționalizat: se desfășoară între membrii unei familii, între prieteni, colegi de serviciu în pauză, necunoscuți pe stradă; are ca scop socializarea, cunoașterea celuilalt, dobândirea de informații, autoexprimarea etc.; scopul conversației este difuz și în continuă negociere; participanții interacționează și negociază semnificația de pe poziții interpersonale; are grad mic de structurare tematică; se desfășoară fără un protocol de interacțiune prestabilit. În planul expresiei lingvistice, conversația este de obicei informală, are grad maxim de libertate și este deschisă tuturor opțiunilor permise de limbă în contextul de comunicare dat. Conversația este considerată forma prototipică de comunicare în cadrul societății. *Discuția* este un dialog cu caracter instituțional: se desfășoară într-un cadru instituționalizat (ședința de redacție, consultația medicală, ora didactică, interpelările parlamentare, procesele în instanță, solicitarea de informații la ghișee specializate etc.); are ca scop prestabilit rezolvarea unor probleme de tip instituțional; semnificația este

negociată de pe poziții de rol; are grad mare de structurare tematică și, în mod ideal, se desfășoară conform unui protocol de interacțiune mai mult sau mai puțin formalizat. Discuția are de obicei caracter formal și este constrânsă lexical și gramatical: apar termeni de specialitate (cu accepții tehnice diferite de cele din limba curentă, circumscrisi unor câmpuri lexico-semantică particulare), structuri sintactice fixe, recurente (*Ce doriți?*; *Pe agenda întâlnirii de azi avem următoarele puncte...* etc.); formule de adresare specifice, incluzând titluri științifice/academice (*domnule director, domnule profesor* etc.). De-a lungul continuumului conversație – discuție pot apărea forme de interacțiune hibride.

5. Mecanisme comunicative

Pentru a-și atinge scopurile comunicative, vorbitorii folosesc limba strategic, realizând anumite corelații între intenția comunicativă și forma lingvistică. Unele semnificații sunt transmise literal, altele doar implicate. Alegerile discursive ale vorbitorului și interpretarea lor de către ascultător sunt reglate prin mecanismul presupunțiilor și al implicațiilor, constrânse de principiul cooperării și de cel al politeții (vezi Vasilescu, 2005, *passim*).

5.1. Principiul cooperării

În mod ideal, se presupune că participanții la dialog sunt indivizi raționali, capabili să identifice și să gestioneze scopurile curente ale schimbului verbal, să facă astfel încât contribuțiile lor conversaționale să corespundă scopului curent al conversației. Comportamentele lor comunicative se raportează la un set de maxime ideale, maximele cooperării, care funcționează ca puncte de reper

pentru interlocutori în deducerea semnificației contextuale a unui enunț¹.

Presupoziții, implicații, implicaturi. O parte din informația vehiculată implicit în cadrul interacțiunii verbale este transmisă prin intermediul presupozitiilor, implicațiilor, implicaturilor. *Presupozițiile* sunt parte constitutivă a universului comun de discurs, reprezentând precondiții ale enunțării cu succes a unei propoziții: o întrebare cum ar fi *Cine a plecat?* se justifică doar în condițiile în care „cineva a plecat” (presupoziția întrebării); aserțiunea *A venit Maria* se justifică doar în condițiile în care „există cineva pe nume Maria”; aserțiunea *A revenit* se justifică în condițiile în care „venise cel puțin încă o dată înainte de momentul vorbirii”. Presupozitiile se leagă de conținutul propozițional, de valoarea de adevăr, dar mai ales de condițiile pragmatice (contextuale) ale actului de enunțare. În cadrul interacțiunii verbale, presupozitiile suferă procese permanente de modificare, o dată cu fiecare nou act de enunțare. *Implicațiile* sunt consecințele logice ale stării de fapt asertate printr-un enunț: *Ion a plecat* implică „Ion nu mai este aici”; *Voi citi mâine* implică „Nu citesc azi”. Încălcarea maximelor conversaționale generează *implicaturi*, adică sensuri contextuale suplimentare la care interlocutorii au acces în urma unor inferențe făcute pe baza cunoștințelor contextuale comune. De exemplu, la întrebarea *Cât e ceasul?* interlocutorul poate răspunde respectând maxima cantității și pe cea a relevanței: *E ora șase*; sau poate

1. *Maxima cantității*: cantitatea de informație oferită de vorbitor trebuie să satisfacă scopul curent al conversației (să nu fie nici prea mare, nici prea mică). *Maxima calității*: informația oferită de vorbitor trebuie să fie adevărată (vorbitorul nu trebuie să spună lucruri pe care le crede neadevărate sau pentru care nu are dovezi). *Maxima relevanței*: informația oferită de vorbitor trebuie să fie relevantă în raport cu contribuțiile comunicative anterioare ale vorbitorilor și în raport cu scopul curent al conversației. *Maxima manierei*: contribuția comunicativă a vorbitorului trebuie să fie formulată clar, non-ambiguu, să nu fie obscură, să nu fie prolixă.

încălca aceste maxime răspunzând: *Tocmai a închis la florărie*. În aparență, răspunsul este nerelevant în raport cu întrebarea. Dar interlocutorul interpretează acest răspuns pe baza cunoștințelor contextuale comune („știm că la florărie închide la ora 6”), a principiului cooperării (vorbitorul știe că ascultătorul se comportă ca ființă rațională) și a celor patru maxime (calculând devierea de la maximele cantității și a relevanței, ascultătorul interpretează enunțul *Tocmai a închis la florărie* ca *Este ora 6*). Alteori, implicaturile sunt mai puțin dependente de contextul concret, având un caracter mai mare de generalitate: structurile interrogative funcționează adeseori ca acte de vorbire directive indirecte (*Poți să-mi dai sarea?* = „Dă-mi sarea!”; *Vrei să deschizi fereastra?* = „Deschide fereastra!” etc.).

5.2. Principiul politeții


Participanții la comunicare dispun de două imagini comunicative/imagini publice/fețe: fața pozitivă și fața negativă. Fața pozitivă se manifestă prin tendința vorbitorilor de a-și manifesta dorința de angajare în relație cu ceilalți, atracția față de ceilalți; fața negativă se manifestă prin tendința vorbitorilor de a-și păstra un teritoriu privat, neîmpărtășit cu ceilalți participanți la dialog, de a se distanța de ceilalți. Cele două fețe de care dispun vorbitorii se concretizează în strategii ale politeții pozitive (sau strategii ale solidarizării cu interlocutorul), respectiv strategii ale politeții negative (sau strategii ale desolidarizării de interlocutor). Alegerea uneia sau alteia dintre strategii este parte a unui comportament planificat, menit să contribuie la menținerea unor relații interpersonale armonioase. Prin strategiile politeții pozitive, vorbitorii accentuează relația de colaborare cu interlocutorul, iar prin strategiile politeții negative, vorbitorii atenuează potențialul agresiv al unor acte de vorbire care pot afecta dorința de independență a interlocutorilor.

Printre *strategiile politeții negative* se numără: (i) performarea de acte de vorbire expresive (a cere scuze, a exprima regretul, a cere iertare); (ii) performarea de acte de vorbire indirecte prin care sunt diminuate constrângerile vorbitorului asupra interlocutorului, pentru a-i lăsa posibilitatea unor opțiuni (*Vrei să închizi geamul, te rog?* în loc de *Închide geamul!*), sau se evită un refuz (*Vii mâine?* / *Aș veni, dar, din păcate, trebuie să merg în altă parte.*); (iii) atenuarea expresiei lingvistice prin modalizatori de incertitudine (*cred, bănuiesc, sper*), prin adverbe, pronume și locuțiuni de aproximare (*oarecum, într-un fel, cam, cineva*) sau prin condițional (*Aș zice să mai așteptăm.*), prin litotă, diminutive (*Mi-ar trebui și mie o foicică de hârtie, nu mai mult*); (iv) impersonalizarea expresiei prin folosirea verbelor impersonale, a unor verbe cu subiecte nonagentive sau a reflexivelor impersonale (*trebuie, regula este să..., ni se cere să...*); (v) reducerea la minimum a tuturor presupunerilor legate de interlocutor (prin structuri condiționale, temporale: *Dacă vrei, pot să te ajut.*; *Când te hotărăști, vin să facem ordine în bibliotecă.*); (vi) exprimarea deferenței prin folosirea pronumelor de politețe, a pluralului, a titlurilor academice (*Domnule academician, vă rog să îmi acordați un interviu.*); (vii) exprimarea subordonării față de interlocutor (*Vă rămân dator!*; *Aș fi onorat să...*); (viii) neimplicarea comunicativă (tăcerea, replici scurte, imobilitate).

Printre *strategiile politeții pozitive* se numără: (i) performarea unor acte de vorbire expresive de tipul complimentelor, flatărilor (*Ce bluză frumoasă ai!*); (ii) folosirea de intensificatori de expresie pentru a exagera interesul față de interlocutor (*Te rog, atenție la scări, sunt extrem de alunecoase!*; *Întotdeauna ai fost cel mai bun!*); (iii) folosirea mărcilor solidarității de grup sau ale apartenenței la grup: persoana I plural la verb; pronumele personale și posesive de persoana I plural; cuantificatorul *toți*; substantive (*grupul nostru, colectivul nostru*); pluralul solidarității; adresarea inversă (folosirea de către vorbitor a unui termen care ar fi de așteptat să fie folosit de către ascultător – ca în *Ce faci, mamă, acolo?*, unde substantivul *mamă* este folosit

de mama care se adresează fiicei); folosirea desemantizată a unor substantive denumind grade de rudenie: *Ce faci, soro, acolo?*; *Păi bine, frate, așa se vorbește?*; (iv) empatizarea cu interlocutorul (*Te înțeleg foarte bine...*; *Știi ce simți*); (v) exprimarea prin modalizatori a optimismului în raport cu interlocutorul (*Sunt sigură că vei reuși!*; *Fără îndoială că ai dreptate!*); (vi) orientarea spre interesele celuilalt prin enunțarea unor aserțiuni cu funcție de presecvențe (*Știu că este important pentru tine să ai un răspuns cât mai repede.*); (vii) folosirea apelativelor care marchează intimitatea discursivă (numele mic) și a persoanei a II-a a verbului (*tu*); (viii) exprimarea interesului comunicativ pentru interlocutor prin conversații fatice, prin operatori discursivi care îl încurajează să continue (*da, îhm*), prin volubilitate (debit verbal, gestică, mimică).

Exerciții. Aplicații

1. Gândiți-vă la o situație de comunicare între un animal și un om. Descrieți această situație și caracterizați-o punând în evidență trăsăturile sale specifice.
2. Experimentele au demonstrat că maimuțele pot fi învățate să comunice cu oamenii. Prin ce se deosebește această formă de comunicare de comunicarea dintre doi oameni?
3. Comentați următoarea afirmație: „Nu doar oamenii vorbesc, ci și anumite specii de papagali”.
4. Observați următorul semn lingvistic:  (*pisică*)
Demonstrați că acest semn lingvistic este arbitrar, convențional, constant, a suferit modificări în timp.
5. Faceți o comparație între definirea termenului *pisică* într-un dicționar al limbii române și într-un dicționar al unei limbi străine pe care o cunoașteți.

6. Faceți o comparație între următoarele două texte, având în vedere atât structura textului, cât și situația de comunicare :

a) Spre deosebire de câini, care pot produce doar 10 sunete diferite, pisicile pot produce până la 100 de astfel de sunete, fiecare exprimând altceva. Un „dicționar” al sunetelor produse de pisică nu există, dar, ca și în cazul copiilor foarte mici, ale căror sunete sau gângureli le înțelegem după un timp petrecut împreună, petrecând un timp cu pisica veți învăța să înțelegeți ce își dorește ea după sunetele pe care le produce. O pisică mulțumită și relaxată va toarce. Există și reversul – o pisică rănită foarte grav sau pe care o doare ceva va toarce pentru a se liniști. O pisică flămândă sau pur și simplu cerșetoare va cere cu insistență mâncare prin mieunături prelungi ; cu cât e foamea sau pofta mai mare, cu atât mieunăturile sunt mai prelungi și mai „sfâșietoare”. Ca formă de salut pentru stăpânul iubit, pisica va întrebuința o gamă variată de mârâituri „dulci”, ca un gângurit. Aceste mârâituri „dulci” pot fi emise de către pisică și atunci când cere sau se așteaptă să fie mângâiată, sau când stăpânul vorbește cu ea. Aceste mârâituri „dulci”, mult intensificate, vor fi folosite de pisica în călduri pentru a-și atrage un eventual partener. Unele pisici în călduri, tăcute în general, își pot surprinde stăpânii emițând sunete puternice, guturale, specifice. O pisică speriată de care vă apropiați depășind „limita” de toleranță va folosi un sunet specific (ca un fel de „chhhht”) prin care avertizează că limita de apropiere a fost încălcată și că, în cazul în care potențialul agresor nu se îndepărtează, va trece la represalii. Pisicile știu să și mârâie amenințător, mai ales dacă se pregătesc să atace, pentru a-și intimida adversarul – poziția corporală asociată cu acest sunet este spinarea curbată, blana și coada zbârlite

și urechile date pe spate (<http://www.animalutze.com/articole/limbaj-pisica.php>).

b) Mieunatul este manifestarea sonoră a pisicii ; în general un *animal* discret, ea poate uneori căuta a se face remarcată mieunând ore întregi, fie pentru a cere de mâncare, fie pentru a cere să i se deschidă ușa, de exemplu. Unele rase de pisici sunt mai zgomotoase decât altele, cum ar fi siamezele. Rar, pisica emite un mieunat sacadat, de slabă intensitate, când vede o pradă la care nu poate ajunge, ca o *pasăre* sau o *insectă* în zbor, sau chiar privind o emisiune despre animale la *televizor*. Încă din primele zile de viață, puiul de pisică toarce în timpul suptului, iar mama îi răspunde. Ea toarce din plăcere, la fel de bine ca în suferință : stresată, rănită sau chiar muribundă, o auzim torcând. Cel mai des, ea toarce pentru a-și exprima dependența ; față de mamă la naștere, față de om mai târziu, când este bolnavă sau când este mângâiată. Regăsim acest comportament la rudele sale, marile feline, care însă torc doar în primele luni de viață. Torsul este produs printr-o mișcare coordonată a *glotei*, *laringelui* și a anumitor mușchi. Aceste vibrații sonore implicând întreg corpul sunt întâlnite la majoritatea felinei, ca și la alte animale, dar mecanismul lor, ca și utilitatea, rămân de neexplicat. Se crede că această stare, ca și somnul, ar avea un rol reparator pentru organismul pisicii. Adulte, felinele mari nu mai torc ; pisica este singura care toarce sub mângâierile stăpânului : ea vede în acesta „a doua sa mamă” (http://ro.wikipedia.org/wiki/Pisic%C4%83_de_cas%C4%83)).

7. Demonstrați prin exemple particularitățile comunicării (secțiunea 1.3).
8. Amintiți-vă de „fereastra Johari”. Testați-vă în cadrul unui grup de prieteni/colegi : citiți lista însușirilor prezentată la pagina următoare și notați fiecare (dumneavoastră, persoana

testată și colegii dumneavoastră) cinci-șase adjective care vă caracterizează pe dumneavoastră (persoana testată).

<i>Adaptabil</i>	<i>Amabil</i>	<i>Cald</i>
<i>Calm</i>	<i>Capabil</i>	<i>Complex</i>
<i>Conștient de valoarea lui</i>	<i>Cu multe cunoștințe</i>	<i>Curajos</i>
<i>Darnic</i>	<i>De încredere</i>	<i>Demn</i>
<i>Dependent</i>	<i>Emoționat</i>	<i>Energic</i>
<i>Extravertit</i>	<i>Fericit</i>	<i>Grijuliu</i>
<i>Idealist</i>	<i>Independent</i>	<i>Ingenios</i>
<i>Inteligent</i>	<i>Introvvertit</i>	<i>Iscoditor</i>
<i>Isteț</i>	<i>Iubitor</i>	<i>Încordat</i>
<i>Încrezător</i>	<i>Îndrăzneț</i>	<i>Înțelept</i>
<i>Liniștit</i>	<i>Logic</i>	<i>Maleabil</i>
<i>Mândru</i>	<i>Matur</i>	<i>Milos</i>
<i>Modest</i>	<i>Observator atent</i>	<i>Organizat</i>
<i>Prietenos</i>	<i>Prostuț</i>	<i>Puternic</i>
<i>Rațional</i>	<i>Răbdător</i>	<i>Reflexiv</i>
<i>Relaxat</i>	<i>Religios</i>	<i>Săritor</i>
<i>Se impune</i>	<i>Spiritual</i>	<i>Spontan</i>
<i>Timid</i>	<i>Vesel</i>	

Adjectivele selectate atât de persoana testată, cât și de ceilalți vor fi plasate în zona numită „Arena”. Adjectivele selectate doar de persoana testată, nu și de ceilalți, vor fi plasate în zona numită „Fațada”. Adjectivele care nu sunt alese de persoana testată, ci doar de ceilalți, vor fi plasate în zona numită „Punctul orb”. Adjectivele care nu au fost selectate nici de persoana testată, nici de ceilalți participanți rămân într-o zonă necunoscută ; se află aici fie pentru că nu caracterizează persoana testată, fie pentru că sunt ignorate atât de persoana testată, cât și de ceilalți, fie pentru că aceste caracteristici aparțin zonei subconștiente a eului. Încercați să vă definiți stilul comunicativ pe baza celor rezultate din aplicarea acestui test (cu valoare strict orientativă).

Arena	Punctul orb
Fațada	Necunoscut

9. Citiți dialogul următor și delimitați etapele comunicării interpersonale, așa cum apar acestea reflectate în text. Caracterizați comunicarea dintre personaje în fiecare dintre etapele delimitate, argumentând cu elemente din text.

EL: Bună... Nu ne-am cunoscut la seminarul de comunicare?

EA: Ba da. Mă mir că mă ții minte. Am chiulit cât am putut.

EL: Și eu. Mă enerva profesorul.

EA: De aia am chiulit și eu. Te cheamă Radu, nu-i așa?

EL: Da. Tu ești Cristina, nu?

EA: De ce ai venit la cursul ăsta?

EL: Lucrez în publicitate și am nevoie de un curs de comunicare interpersonală.

EA: Eu sunt ingineră. Șeful spune că trebuie să învăț să comunic pentru a promova într-o funcție de conducere.

EL: După ore mănânci în oraș sau pleci acasă?

EA: Aș mânca în oraș... Tu?

EL: Mergem împreună? Te invit...

(*La masă*)

EA: De fapt, mă simt flatată că m-ai remarcat la curs.

Toate fetele din an se uită la tine.

EL: N-aș crede, dar sună bine.

EA: Serios. Știi că multe fete vor să fie în compania ta.

EL: Poate... Eu nu sunt foarte mulțumit de mine, dar, mă rog... Azi e o excepție, desigur.

EA: Ai replică la orice.

EL: Bine, hai să mai încerc una. Ce faci diseară? Mergem la un film? Dacă n-ai altceva mai bun de făcut...

EA: Mi-ar face plăcere. Treburile mai pot aștepta...

EL: Mulțumesc, mă bucur că vom fi împreună.

EA: Și mie îmi face plăcere.

(*Șase luni mai târziu*)

EL: Ți-am adus ceva.

EA: Ce?

EL: Uită-te. Sper să-ți placă.

EA (*deschide cutia și găsește un inel*): E foarte frumos! De multe ori mi-am imaginat acest moment. Te iubesc.

EL: Și eu te iubesc foarte mult.

(*El și Ea sunt împreună de cinci ani*)

EL: Am venit!

EA: Și eu!

EL: Miroase a chiftele?

EA: Da. Mie-mi plac foarte mult. Dacă nu-ți plac, fă-ți tu altceva.

EL: Bine, mersi. E minunat când vezi că cineva se gândește la tine. Nu pot să suport chiftelele... Mai ales de patru ori pe săptămână...

EA: Atunci du-te și mănâncă la restaurant.

EL: M-aș duce dacă aș avea bani.

EA: Atunci taci și mănâncă ce ți-am pus pe masă. Mie îmi plac.

EL: Numai tu contezi... Dar eu nu contez? Dar noi?

EA: Nu mai există *noi*... după aventura ta...

EL: Ți-am spus că îmi pare rău. Asta a fost acum șase luni.

Știu, am greșit, îmi pare rău. Ce ai de gând acum?

Ți-am spus că-mi pare rău!

EA: Și mie. Dar tu ai greșit, nu eu.

EL: De-aia te porți așa cu mine?

EA: Și de-aia. M-ai mințit.

EL: Te-am mințit, dar te iubesc.

EA: Eu nu te iubesc. Probabil că nu te-am iubit niciodată.

EL: O să mănânc în oraș...

(*Peste două săptămâni*)

EL (*în gând*): Nu vreau să ne despărțim. Ce-aș putea face pentru asta?

EA (*în gând*): Cel mai bine ar fi să ne despărțim. Totul este foarte clar.

EL (*la telefon*): Cristina, eu sunt. Aș vrea să vorbim.

EA: Nu mai avem ce vorbi. Cel mai bine e să ne despărțim.

EL: Ai uitat cât de bine ne-am înțeles? E drept, au fost și probleme, dar nu poți să le uiți?

EA: Nu, nu pot. Și nu vreau. S-a terminat. Vom rămâne prieteni și atât.

EL: Pot să te sun mâine? Mai gândește-te.

EA: Sună dacă vrei, dar n-are rost.

(*Ziua următoare*)

EL: Cristina, eu sunt. Pot să mai sper? Chiar nu mă mai iubești?

EA: Chiar așa.

EL: Atunci de ce ai stat alături de mine atâta vreme? De ce n-ai plecat de la început?

EA: Nu știu, probabil că mi-a fost frică să fiu singură.

EL: Deci ai stat cu mine numai ca să nu fii singură?
Nebunie curată! Dacă e așa, mai bine plecai de la început! Asta mai e viață?

EA: Nu, nu e.

EL: Atunci e mai bine să ne despărțim. Nu avem de ce sta împreună. Probabil că vrei să-ți găsești pe altcineva.

EA: Nu, nu vreau. Dar e mai bine să ne despărțim.

10. Caracterizați modul particular în care comunică membrii organizației dumneavoastră; stabiliți corelații între poziția ocupată în cadrul organizației de diverși membri și stilul lor particular de a comunica în cadrul organizației.
11. Citiți următorul discurs, rostit în Parlament de președintele României și transmis pe posturile de radio și televiziune. Analizați-l din perspectiva trăsăturilor specifice comunicării publice:

DISCURSUL

*președintelui României, Traian Băsescu,
prilejuit de prezentarea
Raportului Comisiei Prezidențiale pentru Analiza
Dictaturii Comuniste din România
(Parlamentul României, 18 decembrie 2006)*

Domnilor președinți ai Camerelor,
Domnule prim-ministru,
Onorați membri ai Parlamentului României,
Distinși invitați,
Dragi compatrioți.

Ne întrunim astăzi pentru a închide, cu deplină responsabilitate, un capitol sumbru din trecutul țării noastre. Am citit cu mare atenție Raportul Final al Comisiei Prezidențiale pentru Analiza Dictaturii Comuniste din România.

Am găsit în acest document rațiunile pentru care pot condamna regimul comunist. Pentru cetățenii României, comunismul a fost un regim impus de un grup politic auto-desemnat ca deținător al adevărului, *un regim totalitar născut prin violență și încheiat tot prin violență.* A fost un regim de opresiune, care a expropriat poporul român de cinci decenii de istorie modernă, care a călcat în picioare legea și a obligat cetățenii să trăiască în minciună și frică. Comisia Prezidențială a fost înființată în aprilie 2006, ca un răspuns la cererile societății de asumare și condamnare a trecutului totalitar. Am considerat necesară constituirea Comisiei tocmai pentru a fundamenta intelectual și moral actul de condamnare. Nu am dorit o simplă repudiare formală a trecutului comunist, la nivelul unor declarații de complezență. O asemenea condamnare ar fi fost neconvingătoare. Am cerut Comisiei o analiză riguroasă a componentelor sistemului totalitar, a principalelor instituții care au făcut posibilă această tragedie, precum și a personalităților implicate decisiv în sistem. Avem nevoie de o analiză aprofundată a sistemului comunist din România. Comisia a făcut acest lucru în peste 600 de pagini, lucru pentru care îi mulțumesc. Este nevoie în continuare de analize pertinente cu privire la aparatul de partid și la structurile și metodele Securității. Trebuie să avem o radiografie clară a ceea ce s-a petrecut în domeniul economic, unde o industrializare aberantă și o economie de comandă au produs consecințe încă vizibile. Trebuie să avem cât mai multe detalii privind colectivizarea agriculturii, strămutările forțate, prigoana împotriva celor care au rezistat, distrugerea elitelor și a sistemului educațional tradițional, hărțuirea cultelor și arestările de personalități religioase. Avem datele necesare condamnării fără drept de apel a regimului comunist din România. *O democrație fără memorie este una aflată în gravă suferință. Nu trebuie să uităm, pentru a putea să evităm erorile trecutului.*

Concluziile Comisiei, pe care mi le însușesc, afirmă că sistemul comunist totalitar din România a fost impus prin dictat străin. Într-adevăr, a fost vorba de un regim ilegal, întemeiat pe o ideologie fanatică, o ideologie a cultivării sistematice a urii, pentru care „lupta de clasă” și „dictatura proletariatului” simbolizau esența progresului istoric. Importată din URSS, ideologia comunistă a justificat atacul împotriva societății civile, a pluralismului politic și economic, nimicirea partidelor democratice, distrugerea pieței libere, exterminarea prin asasinat, deportări, muncă forțată, întemnițare a sute de mii de oameni. În spatele măștii „umanismului socialist” s-a ascuns cel mai profund dispreț pentru om ca individ.

Pe baza examinării literaturii analitice și a mărturiilor existente, care probează natura antipatriotică a totalitarismului comunist, putem afirma că regimul comunist din România (1945-1989) a fost *nelegitim și criminal*. Nu neg că au existat perioade de relativă acalmie și că unii oameni au crezut în sistem. Pentru copleșitoarea majoritate a populației a fost însă vorba de o existență mutilată, trăită sub teroarea directă ori indirectă și în care noțiunea de libertate își pierduse orice sens. A sosit așadar momentul să evaluăm natura și moștenirea regimului comunist. Unii au cedat tentației de a idealiza perioada lui Gheorghe Gheorghiu-Dej, uitând faptul că acesta a instaurat și a consolidat teroarea comunistă în România, cu ale sale sute de mii de morți, regimul lui Nicolae Ceaușescu venind să se instaleze pe terenul pregătit și curățat de ea. Alții au încercat să scuze ororile epocii Ceaușescu în numele pretinsului atașament față de valorile naționale. Adevărul e că acestea au fost invocate și supralicite numai pentru a consolida puterea unui grup, prin recursul la un patriotism de paradă. Altfel spus, regimul comunist din România, un sistem totalitar bazat pe încălcarea constantă a drepturilor omului, pe supremația unei ideologii ostile societății

deschise, pe monopolul puterii exercitat de un grup restrâns de indivizi, pe represiune, intimidare, umilire și corupție. România a suferit consecințele aplicării dogmelor leniniste: industrializarea forțată, întemeiată pe un model economic vetust, care favoriza industria grea; lichidarea proprietății private, asociată cu politica brutală de colectivizare a agriculturii; nimicirea valorilor tradiționale în numele unei false modernizări sociale; controlul metodic asupra spațiului social, al vieții intime a cetățenilor (mai ales prin politica natalistă a dictaturii lui N. Ceaușescu). Sfera privată a fost astfel aproape complet anexată de către partidul-stat totalitar. Viața cotidiană în socialismul de stat era invadată de elemente propagandistice și de control dictate de partid.

În perioada dintre 1945 și 1965, dominată de Gheorghiu-Dej, a fost aplicată teza „întăririi vigilenței” și a „intensificării luptei de clasă”. Atunci a fost creată Securitatea ca instituție centrală a sistemului represiv. Raportul oferă date cutremurătoare despre Gulagul românesc, cu ale sale penitenciare și lagăre de exterminare prin muncă forțată. Sighet, Aiud, Gherla, Pitești, Canalul Dunăre-Marea Neagră sunt doar câteva dintre numele de pe această veritabilă hartă a morții. Sub Ceaușescu, în pofida promisiunilor privind întărirea „legalității socialiste”, a continuat demonizarea proprietății private, persecutarea credințelor și practicilor religioase, criminalizarea oricărei forme de opoziție. Nu mai puțin semnificativ, Ceaușescu și regimul său au dus la paroxism politica de persecutare a femeilor și copiilor: în urma interzicerii avorturilor și a metodelor contraceptive, orfelinele s-au umplut de copii ale căror destine erau, pentru cea mai mare parte dintre ei, compromise din momentul nașterii. Disidența a fost strivită nemilos de cerberii regimului și instrumentul lor principal, Securitatea. Menționez aici acțiunile constante de marginalizare, compromitere și lichidare a oricăror forme de gândire și

acțiune liberă : persecuția mișcării inițiate și conduse de Paul Goma, cea mai importantă acțiune de protest colectiv împotriva încălcării drepturilor omului ; arestările și prigoana în rândurile muncitorilor mineri care au declanșat greva din vara anului 1977, sălbatica persecuție a lui Vasile Paraschiv și a altor activiști angajați în lupta pentru sindicate libere, distrugerea efortului de a crea Sindicatul Liber al Oamenilor Muncii din România, acțiunile împotriva unor disidenți, oponenți și critici ai regimului. Nu trebuie uitate acțiunile represive împotriva Bisericii Ortodoxe Române, a Bisericii Greco-Catolice și a cultelor protestante sau neoprotestante.

În 1975, Nicolae Ceaușescu a semnat, în numele României, Actul Final al Conferinței de la Helsinki. Departe de a se conforma angajamentelor luate pe plan internațional, regimul comunist a continuat să calce în picioare drepturile cetățenilor.

Partidul a fost creierul sistemului represiv, iar Securitatea – instrumentul care a pus în practică deciziile politice. Ofițerii de Securitate și din alte unități ale Ministerului de Interne erau cei care acționau direct pentru supravegherea și intimidarea populației. Securitatea, Miliția, Procuraturile militare, grănicerii erau subordonate la rândul lor secțiilor specializate ale CC al PCR. Miniștrii de Interne și șefii Securității au fost cu toții soldați fideli ai partidului. Cei mai mulți au fost ei înșiși activiști de partid, înainte de a lucra în Securitate. Când încercăm să dezvăluim resorturile acestui regim totalitar, este cazul să nu uităm că arhitecții și beneficiarii lui nu au demonstrat niciun fel de scrupule și remușcări. Regimul a inventat instituții menite să facă posibilă distrugerea spiritului liber și manipularea totală a subiecților statului totalitar: partidul ca elită autodesemnată; poliția secretă (cu brațele sale din interior și din exterior); propaganda și agitația; pseudojustiția aservită complet intereselor totalitare.

Sunt total de acord cu concluzia Raportului că, dincolo de unele mici nuanțe, conducătorii comuniști din România au rămas fideli preceptelor de bază ale leninismului ca tehnică de control și menținere a totalitarismului bazat pe utopia falsului egalitarism social. Ideologia a fost într-adevăr la putere. Moștenirea RPR-RSR, ridicată la proporții absurde în ultimii ani ai lui Ceaușescu, a fost așadar una a despotismului, a distrugerii și marginalizării valorilor veritabile, a eliminării elitelor politice, culturale și religioase și a izolării țării în raport cu direcțiile novatoare din lumea ideilor și din tehnologie.

Principalele *acțiuni criminale menționate în Raport* și pe care țin să le amintesc aici, ca *argument* pentru această prea mult amânată condamnare, sunt următoarele :

- (1) abandonarea intereselor naționale prin servilism în relația cu URSS, după impunerea guvernului-marionetă condus de Petru Groza (6 martie 1945). În felul acesta a debutat o perioadă care a dus la întârzierea istoriei noastre cu câteva decenii ;
- (2) anihilarea statului de drept și a pluralismului prin înscenări și fraude, mai ales după furtul alegerilor din noiembrie 1946 ;
- (3) distrugerea partidelor politice și a continuității constituționale a statului român, prin abdicarea forțată a regelui Mihai ;
- (4) sovietizarea totală, prin forță, a României, mai ales în perioada 1948-1956, și impunerea, sub numele de „dictatura proletariatului”, a unui sistem politic despot, condus de o castă profitoare, strâns unită în jurul liderului suprem ;
- (5) politica de anihilare a unor întregi categorii sociale în numele luptei de clasă. Cei mai de seamă reprezentanți ai elitelor din România au fost eliminați fie prin asasinat, fie prin deportare, înțemnițare, muncă forțată sau marginalizare. S-a recurs la o logică a vinovăției colective și la persecutarea familiilor celor bănuți de intenții ori acțiuni

anticomuniste. S-a recurs la utilizarea unor criterii aberante pentru a distruge șansele copiilor din familii cu „origine nesănătoasă” de a studia în învățământul superior.

Ca urmare a politicii regimului comunist, au fost deținute în închisori și lagăre, deportate sau strămutate sute de mii de persoane. Cifrele propuse de cercetători, luate în considerare de Comisie, se situează între 500.000 și 2.000.000 de victime. Dificultatea estimării provine din ascunderea sistematică de către Securitate, Procuratură, Miliție, Trupe de Grăniceri și alte organe represive a informațiilor privind soarta multora dintre aceste victime;

(6) persecuția minorităților etnice, religioase, culturale ori de orientare sexuală;

(7) exterminarea grupurilor de partizani care reprezentau rezistența anticomunistă armată în munți (1945-1962);

(8) represiunea împotriva cultelor și exterminarea sau persecutarea tuturor celor care se opuneau comunismului, deopotrivă din rândul majorității etnice românești, cât și din rândul minorităților; oprimarea Bisericii Ortodoxe, desființarea Bisericii Greco-Catolice, persecuțiile împotriva mișcării sioniste;

(9) arestarea, uciderea, detenția politică sau deportarea țăranilor care opuneau rezistență față de colectivizare. Lichidarea violentă a revoltelor țărănești (1949-1962);

(10) deportările cu scop de exterminare. Represiunile etnice. Gonirea și „vânzarea” evreilor și germanilor;

(11) represiunea împotriva culturii, eradicarea valorilor naționale, respingerea artei și culturii occidentale, cenzura, arestarea și umilirea intelectualilor neînregimentați ori protestatari (1945-1989);

(12) reprimarea mișcărilor și acțiunilor studențești din 1956. Procesele împotriva studenților protestatari organizate de PMR, UTM, UASR și Securitate (1958-1960), precum și înscenările din 1965 și din anii următori;

(13) reprimarea mișcărilor muncitorești din Valea Jiului (1977), Brașov (1987) și a celorlalte greve din anii 1980. Arestarea și deportarea muncitorilor protestatari;

(14) reprimarea oponenților și disidenților în anii '70 și '80. Arestarea și asasinarea celor mai curajoși oponenți – omorârea inginerului Gheorghe Ursu, condamnarea la moarte a diplomatului Mircea Răceanu, arestat și judecat în 1989; condamnarea la moarte a persoanelor pe care regimul le considera vinovate de trădare;

(15) distrugerea patrimoniului istoric și cultural prin demolările din anii 1980, inspirate de grandomania lui Ceaușescu și de obsesia lichidării marilor repere culturale și istorice. Constrângerea unei părți a populației României de a-și părăsi locuințele în numele politicii de „sistemizare” a zonelor rurale;

(16) consecințele dezastruoase ale „politicii demografice” (1966-1989), soldate cu mii de morți;

(17) impunerea unor norme aberante privitoare la „alimentația rațională”, înfometarea populației, oprirea căldurii, starea de mizerie, de disperare provenită din degradarea fizică la care regimul a condamnat un întreg popor;

(18) utilizarea mizeriei materiale și morale, precum și a fricii ca instrumente de menținere a puterii comuniste. Pretinzând că împlinește dezideratele marxismului, regimul a tratat o întreagă populație ca pe o masă de cobai supuși acestui absurd experiment de inginerie socială;

(19) distrugerea reperelor morale ale societății românești și a valorilor ei de solidaritate, în lipsa cărora un popor nu poate deveni autorul liber al propriei sale istorii;

(20) masacrarea cetățenilor revoltați, din ordinul lui Nicolae Ceaușescu, cu aprobarea conducerii PCR și cu participarea efectivă a unor unități ale Armatei și Securității, în timpul Revoluției anticomuniste din decembrie 1989.

Pentru aceste motive,

Ca șef al statului român, condemn explicit și categoric sistemul comunist din România, de la înființarea sa, pe bază de dictat, în anii 1944-1947, și până la prăbușire, în decembrie 1989.

Luând act de realitățile prezentate în Raport, afirm cu deplină responsabilitate: Regimul comunist din România a fost ilegal și criminal.

Condamnând sistemul comunist din România, îmi afirm admirația pentru eroismul celor care s-au opus dictaturii, de la luptătorii din rezistență și militanții partidelor politice anihilate de comuniști și până la disidenții și opoziții perioadei Ceaușescu. Aduc aici, în sesiunea solemnă a Camerelor reunite ale Parlamentului român, un omagiu marilor oameni de stat ca Iuliu Maniu, Ion Mihalache, Dinu Brătianu și Ion Flueraș, martirilor Bisericii precum Iuliu Hossu, Sandu Tudor, Vladimir Ghika, Richard Wurmbbrand, Márton Áron, membrilor partidelor democratice din România, tuturor victimelor regimului totalitar comunist, oponenților și disidenților. Țin să-mi exprim prețuirea față de curajul patriotic și demnitatea tuturor supraviețuitorilor din închisorile comuniste, care sunt ultimii martori direcți ai tragediei noastre ca națiune. Țin de asemenea să elogiez gestul intelectualilor care și-au ridicat direct glasul împotriva lui Nicolae Ceaușescu: Paul Goma, Doina Cornea, Radu Filipescu, Mircea Dinescu, Dan Petrescu, Liviu Cangiolopol, Gabriel Andreescu, sau gestul disperat, căzut astăzi cu totul în uitare, al lui Liviu Babeș, care pe 2 martie 1989 și-a dat foc la Poiana Brașov pe pârția Bradu în semn de protest față de un regim criminal. În același timp, îmi exprim compasiunea pentru suferințele îndurate de marea majoritate a poporului român.

Posturile de radio occidentale „Europa liberă”, BBC, „Vocea Americii”, „Deutsche Welle”, „Radio France Internationale”

au contribuit esențial la informarea cetățenilor României privind situația din țară și din lume. Spre disperarea regimului comunist, Radio „Europa liberă” a fost într-adevăr ceea ce s-a dorit a fi: ziarul vorbit al românilor de pretutindeni. Omagiez memoria unor Ghiță Ionescu, Mihai Cismărescu, Noël Bernard și Vlad Georgescu, oameni care au luptat cu altruism și pasiune pentru cunoașterea și rostirea adevărului. Îi elogiez pe Monica Lovinescu și pe Virgil Ierunca, cei care, exilându-se fizic, au continuat să trăiască zi de zi pentru poporul român, ținând trează, prin emisiunile lor de neuitat de la „Europa liberă”, conștiința morală a românilor.

Condamnând acest regim, statul democratic român condamnă instrumentele acestuia, în primul rând Partidul Comunist Român și Securitatea. Vreau să fiu bine înțeles. Nu mă refer nicio clipă la marea masă a membrilor de partid, a căror unică activitate era să-și achite cotizația și să participe lunar la ședințe golite de orice conținut. Mă refer la instituția „partidului conducător”, deci la aparatul care a făcut posibil regimul totalitar comunist. În cazul Securității, a fost vorba de o instituție esențială în susținerea statului totalitar comunist, ilegal și criminal.

În numele statului român, îmi exprim regretul și compasiunea pentru victimele dictaturii comuniste. În numele statului român, cer scuze celor care au suferit, familiilor lor, tuturor celor care, într-un fel sau altul, și-au văzut destinele ruinate de abuzurile dictaturii.

Raportul Final conține numeroase propuneri. Mi-au reținut atenția următoarele:

– Solicit susținerea de către Camerele reunite ale Parlamentului a declarației mele de condamnare a crimelor comunismului, de regret și de compasiune față de victimele acestora, în spiritul Rezoluției nr. 1481 a Adunării Parlamentare a Consiliului Europei din 25 ianuarie 2006.

- *Susțin propunerile Comisiei de stabilire a unei zile comemorative în memoria victimelor represiunii și terorii comuniste și propunerea ridicării în Capitală a unui Monument al Victimelor Comunismului.*
- *Susțin înființarea în București a unui Muzeu al Dictaturii Comuniste din România.* Acest muzeu va fi în egală măsură un loc de memorie și unul al afirmării valorilor societății deschise. Pe lângă Muzeu, este necesară crearea unui centru de documentare destinat informației publice, cu acces neîngrădit, în care să fie colecționate documente esențiale pentru înțelegerea fenomenului comunist, a universului concentraționar, a propagandei ca mijloc de constrângere spirituală.
- Propun organizarea unei expoziții permanente în cadrul Palatului Parlamentului, cu documente ilustrative pentru ideea de poliție politică, documente care să fie reprezentative pentru fenomenul încălcării drepturilor civile fundamentale în România comunistă.
- Susțin organizarea unui ciclu de conferințe în marile centre universitare din țară, în care să fie prezentat conținutul Raportului, însoțit de explicații, comentarii și documente ilustrative.
- Propun formarea unui grup de cercetători care să elaboreze o *Enciclopedie a comunismului românesc*. Același grup va lucra pentru sintetizarea Raportului Final sub forma unui manual școlar.
- Susțin necesitatea identificării unor soluții legale în vederea anulării condamnărilor emise pe baza unor articole cu caracter politic, anularea pedepselor cu închisoare și muncă forțată rezultate pe baza Decretului nr. 153/1970 privind „parazitismul social”, „anarhismul” și orice alt „comportament deviant”. Dezavuarea Legii nr. 5 din 6 august 1978 pe baza căreia se putea desface contractul de muncă pentru „abateri de la etica și echitatea socialistă”.

- Susțin modificarea cadrului legislativ prin care să fie înlesnită procedura de acordare a cetățeniei române celor cărora le-a fost retrasă de statul totalitar.
 - Susțin modificarea și completarea cadrului legislativ privind accesul la arhivele legate de perioada comunistă. La 17 ani de la Revoluția din decembrie 1989, a sosit din plin clipa transparenței și accesibilității arhivelor comuniste. Obstacolele întâlnite de către membrii și experții Comisiei trebuie înlăturate de urgență și fără ezitări. Legea Arhivelor Naționale trebuie modificată imediat în ceea ce privește termenele de acces la arhivele de interes istoric. Neglijarea îndeplinirii obligației de modificare a Legii Arhivelor arată lipsa de voință politică în a acorda un acces nediscriminatoriu la arhivele de interes pentru cercetătorii regimului comunist. *O Românie democratică este una în care accesul la istorie, deci la arhive, este liber și neîngrădit.*
 - Susțin solicitările foștilor deținuți politici legate de recunoașterea publică a tragediei prin care au trecut.
 - *Susțin propunerea privind înființarea unui sistem de 12 burse acordate anual, pe bază de concurs, unor cercetători tineri interesați de cercetarea diverselor aspecte ale dictaturii comuniste.*
 - Afirm necesitatea adaptării Raportului Final pentru obiective cu caracter didactic (un manual despre dictatura comunistă din România) care să fie predat în învățământul mediu.
- Dați-mi voie să adaug că aplicarea propunerilor pe care mi le-am asumat astăzi va da roade numai dacă ne vom elibera de orice spirit partizan. După 17 ani de la Revoluția din 1989, niciun partid din România nu trebuie să urmărească politizarea actului de condamnare a comunismului. Gestul meu de azi este consecința firească a faptului că ne-am asumat, ca națiune, valorile democratice. În numele acestor valori avem obligația de a prelua din istoria noastră ceea ce vrem și ceea ce nu vrem să definească identitatea

noastră de români și de viitori cetățeni ai Uniunii Europene. Or, comunismul de export pe care l-am trăit pe pielea noastră vreme de cinci decenii este o rană în istoria României, o rană care încă mai supurează și pentru care a venit vremea să se închidă o dată pentru totdeauna.

Evocând acum o perioadă pe care mulți ar dori să o uite, am vorbit atât despre trecut, cât și de măsura în care noi, cei de azi, dorim să mergem până la capăt în asumarea valorilor libertății. Aceste valori, chiar înainte de a fi ale României sau ale Europei, țin de valoarea universală, sacră, a persoanei umane. Dacă ne întoarcem acum către trecut, o facem pentru a rămâne cu fața spre un viitor în care disprețul față de individ nu va mai rămâne nepepsit.

Acest moment simbolic reprezintă bilanțul a ceea ce am trăit și ziua în care ne întrebăm cu toții cum vrem să trăim de acum înainte.

Ne vom desprinde mai repede de trecut, vom face progrese mai temeinice dacă înțelegem ce ne împiedică să fim mai performanți, mai curajoși, mai încrezători în forțele noastre. Pe de altă parte, *nu trebuie* să dăm dovadă de aroganță istorică. *Scopul meu vizează o autentică reconciliere națională*, și asta cu atât mai mult cu cât numeroase tare ale trecutului continuă să ne marcheze. Societatea noastră suferă de o neîncredere generalizată. Instituțiile statului nu par încă să urmărească vocația lor reală, care ține de exercitarea deplină a tuturor drepturilor civile. De la ce se întâmplă în spitale la procesul de restituire a proprietăților, la modul cum se desfășoară actul de justiție, la relația instituții publice – cetățean și până la realitatea penitenciarelor, vedem că lipsa de respect pentru om nu a dispărut încă.

Poate că unii se întreabă ce anume ne dă dreptul să condamnăm? Ca președinte al românilor, aș putea invoca faptul că am fost ales. Dar cred că avem o motivație mai

importantă: *dreptul de a condamna ni-l dă obligația de a face să funcționeze instituțiile statului de drept într-o societate democratică.* Nu avem voie să compromitem aceste instituții. Ele n-au voie să fie discreditate prin faptul că ne apropiem de ele cu deprinderile și mentalitățile trecutului nostru recent. Eu însumi am criticat adeseori imperfecțiunile sistemului nostru politic, ineficiența anumitor instituții. Dar vinovate nu sunt instituțiile statului de drept, ci modul în care noi le facem să funcționeze, modul în care mulți înțeleg să le utilizeze pentru realizarea propriilor interese.

Sunt mulți, de asemenea, cei care, răzbiți de greutatea de astăzi, par să-și fi pierdut încrederea în virtuțile democrației în care am intrat. Ei ajung să privească nostalgic spre un trecut care, în momentele grele ale acestei prelungite tranziții, începe să le pară dintr-o dată luminos. Am să le răspund că merită să-și reactiveze memoria. Să-și amintească frigul, foamea, întunericul și umilința care puseseră stăpânire peste viețile noastre. În casele multor români acestea mai există, din păcate, și astăzi. Nu trebuie să uităm că nicio societate adevărată nu se poate ridica pe exproprierea libertății cetățenilor ei. *Nicio bunăstare nu e posibilă într-o societate de oameni neliberi.* Poate că răul cel mai mare pe care l-a făcut comunismul este ignorarea rostului libertății pentru ființa umană. Numai că instituțiile libertății democratice nu funcționează de la sine. *Orice mașinărie administrativă, ca să funcționeze, are nevoie de oameni calificați nu numai profesional, dar calificați și pentru democrație și libertate.*

Am văzut cum sistemul totalitar comunist a degradat simultan comportamentul instituțiilor și pe cel al oamenilor. Trebuie să recunoaștem că mentalitățile comuniste continuă să influențeze societatea românească. *Am crezut că putem uita comunismul, dar nu a vrut el să ne uite pe noi.* Astfel, condamnarea acestui trecut apare ca o prioritate a prezentului,

fără de care vom purta și în viitor ceva ce seamănă cu povara unei boli nevindecate.

Memoria crimelor comise de regimul comunist din România ne ajută să mergem înainte cu un pas mai decis, să realizăm schimbările atât de necesare, dar ne ajută și să apreciem cadrul democratic în care trăim. Condamnarea comunismului ne va încuraja să fim mult mai circumspecți față de propunerile utopice și extremiste, care vor să pună în discuție ordinea constituțională și democrația. În spatele discursurilor nostalgice sau demagogice se află de multe ori tentația autoritarismului sau chiar a totalitarismului, a negării exploziei de energii individuale, de inventivitate și creativitate care și-a făcut loc după decembrie 1989. Am scăpat definitiv de teroare, am scăpat de frică, astfel încât nimeni nu mai are voie să ne pună drepturile fundamentale sub semnul întrebării.

Lecția trecutului ne dovedește că orice regim care-și umilește cetățenii nu poate dura și nu merită să existe. Acum, fiecare cetățean poate să ceară liber respectarea drepturilor sale inalienabile, iar instituțiile statului trebuie să lucreze astfel încât oamenii să nu se mai simtă umiliți. În această perioadă de tranziție s-a vorbit mult despre criza morală a societății. Ea ține de numeroase aspecte ale vieții zilnice. *Sunt sigur că vom lăsa în urmă starea de neîncredere și pesimismul social în care ne-au cufundat anii de tranziție dacă vom face, împreună, un adevărat examen de conștiință națională.* Declarația mea de astăzi și propunerile pe care vi le-am prezentat vor încuraja acest proces. *Nu vreau să devin „Președintele care a condamnat comunismul”.* Vreau numai să fiu șeful unui stat care consideră că această condamnare ține de normalitate, că, *fără această condamnare, vom înainta greu, vom înainta continuând să cărăm în spate cadavrul propriului nostru trecut.*

Tot ce vreau este să clădim viitorul democrației în România și identitatea națională pe un teren curat.

Vă mulțumesc! La mulți ani, români! Sărbători Fericite!

Departamentul de Comunicare Publică

18 Decembrie 2006 (http://www.presidency.ro/?_RID=det&tb=date&id=8288&_PRID=ag)

12. Alegeți o emisiune din programele de radio sau de televiziune și caracterizați-o sub aspectul specificului comunicării media.
13. Alegeți o personalitate publică și caracterizați stilul său comunicativ pe baza dimensiunilor prezentate în secțiunea 3.7. Argumentați punctele de vedere exprimate.
14. Citiți textele următoare, adaptate după Liliana Ionescu Ruxăndoiu (coord.), *Interacțiunea verbală în limba română actuală. Corpus și tipologie*, Editura Universității, București, 2002. Rezolvați următoarele cerințe: (i) identificați în cele cinci texte tipuri de comportamente comunicative; (ii) identificați tipuri de acte de vorbire; (iii) observați cum se reflectă emoția în aceste texte.

a)

A: dar îmi este teamă că-ntr-o zi... deși eu N-AM cheie la apartament... la noi... au fost [niște discuții odată demult

B: [păi de CE

A: de foarte mult în familie... sunt un copil adoptat... sunt din familii... sunt mii... nepoata șiiii... adică ne-am înțeles foarte bine până la perioada pubertății... odată cuu pubertatea nu am reușit să mai găsim niciun punct comun. ea fiind și singură... divorțată... TOT motivul am fost eu... aaal al adoptării din familie... nu a vrut să ia din partea tatălui... au divorțat și o persoană apro- foarteee îm... CUM să sp- ăăă adică totul să fie

NUMai și NUMai pentru EA... și EA să fie pe primul-plan. și de la pubertate au început discuțiile dintre noi. pe mine Niciodată nu a reușit să mă-nțeleagă... întotdeauna avea foarte multă înțelegere pentru CEI DE ALĂTURI iar pe mine pe- [pentru mine

B: [străinii de alături

A: parcă nu reușea să mai găsească niciun... absolut... NU știu... NU am reușit să ne-nțelegem. Acum... deja este ALT raport... faptul că ea este bătrână că e... NU e foarte bătrână... dar ajungând în situația asta de BOAlă și de VÂRstă foarte avansată dar sunt persoane care și la obzeci de ani [au un

B: [o: da

A: tonus fantastic și sunt FOARte tinere. dar ea a decăzut foarte mult. și NU pot s-o las. NU POT S-O LAS [săă

B: [poate căă suferința asta a mai și-mblânzit-o nu mai e așa dură și intransigentă și-ncearcă... o-nțelegere cu voi știindu-se singură

A: nuuu

B: nu s-au schimbat lucrurile

A: nuuuu [nuu nuu

B: tot așa zmeu a rămas

A: nu_nu_nu tot așa a rămas. chiar ȘI acuma în starea asta eu încerc IAR tot timpu îi este frică că cineva o fură când lipsește ceva din casă

B: da' bine și de voi se teme voi sunteți [ai ei pe CÎne mai are

A: [și ȘTie și ȘTie și ȘTie eu... în șifonierul în dormitor am... în cele două camereeee sunt ușile închise cheile sunt la brâu ca la hangită da iar eu NU mă interesează am spus că nu mă decăt în clipa când dacă moare aTUNci poate aTUNci voi ști ce are-n casă. eu NU știu ce are-n casă nu știu ce bani nu știu ce... bijuterii... eu NU știu ce are-n casă.

B: eu credeam că chestiile-astea se-ntâmplă numai în literatură știi

A: nu [nu

B: [e cazul clasic [al unei mame vitrege

A: [nu_nu

+B: copilu care află la UN moment dat că nu este copil

A: eu am știut

B: ai [știut dintodeauna?

b)

A: Domnule, v-am trimis la greșiera de șeldință

B: [doamnă, am fost la greșieră. greșiera-mi spune că v-a adus dosaru-n arhivă.

A: CÂND mi l-a adus în arhivă.

B: dumneavoastră mă-ntrebați pă mine?

A: păi greșiera dă ședință dacă [v-a spus că l-a adus...

B: [înseamnă că cineva [e nebun aicea.

A: [când. nu-ntrebați [și dumneavoastră CÂND

B: [înseamnă că cineva este nebun aicea ori este [nebună doamna greșieră

A: [DOMnu avocat

B: CINE este [nebun în cazul acesta.

A: [deci DOMnu avocat, haideți să lămurim [o chestie

B: [hai să lămurim

A: dacă dumneavoastră vi se spune a plecat, Domnule, dumneavoastră nu vă interesați să vă spună DATA când a plecat?

B: a plecat dă pă data de ȘAPTE, domnișoară.

A: care șapte?

B: sunt trei colidoare aicea mari și late nu ajunge la...

A: deci, DOMnu avocat

B: spuneți-mi dumneavoastră pă ȘAPTE-A patra pleacă ajunge la dumneavoastră și d-atunci [nu

A: [CARE șapte-a patra.
 B: șapte-a PATra domnișoară.
 ((A caută dosarul))
 B: dați-i telefon domnișoarei mariana și-ntrebați-o. Domne,
 CÂND a plecat dosaru ăsta.
 A: ((la telefon)) mariana? a venit un domn avocat la mine
 B: CE naiba ne certăm.
 A: ((la telefon)) poți să-mi spui și mie din întâi aprilie
 B: că doar NU e dosaru la judecător din întâi a patra.
 A: da să vedeți
 B: o fi fost: CINE știe. ziua păcălelilor poate v-a păcălit și
 pe dumneavoastră, poate ne păcălește și pă noi...
 facem reclamații ca să... ne arde [de reclamații
 A: mai repetați-mi vă rog o dată numărul
 B: șase șapte șapte pe două mii doi
 A: ((la telefon)) mariana... șase sute șapte șapte pe două
 mii doi
 B: apelant ciucur ↓ intimat ciucur.

c)

A: bună ziua. fiți amabilă, aveți cumva loțiune gerovital
 pentru regenerarea părului?
 ((B clatină din cap))
 A: nu. atunci ulei de ricin.
 ((B aduce o sticlută))
 A: așa șiiii dacă aveți cumva tifon. ((uitându-se la sticluta
 cu ulei)) [nu aveți
 B: [comprese sterile sau fașă.
 A: fașă. fașă. ((arătând spre sticluta cu ulei)) nu aveți
 decât la gramajul acesta?
 B: da.
 A: dați-mi DOuă vă rog.
 B: douăzeci de mii și fașă

A: da ((întinzându-i o bancnotă))
 ((B punând obiectele într-o pungă))
 A: leucoplast aveți?
 B: da. cu rivanol sau fără?
 A: fără. simplu.
 B: ă rolă, nu?
 A: da.
 B: la paisprezece mii.
 A: [cred că
 B: [vă dau?
 A: DA. da.
 B: treizeci ↓ patruzeci și patru de mii.
 A: ((luând pachetul)) mulțumesc.
 B: ((numărând restul)) patruzeci și cinci cinzeci.
 A: ((luând restul)) mulțumesc. bună ziua.

d)

A: salutare !
 B: hehe. [salut.
 A: [m-auzi?
 B: ieram în BAieși mă spălam pă dinți și ziceam DOAmne
 ce parcă sună teleFOnu..
 A: păi și chiar sună. da iarăși a intrat robotu după două
 ori
 B: asta e. dracu să-l ia. BUN.
 A: m-a sunat DOINA și- [auzi?
 B: [DA ↑
 A: m-a sunat DOINA și mi-a zis de cuTREmur. CUM a fost.
 cât de mare.
 B: MAaaMĂăăă draaagă ! doa :mne_dumnezeule. da' CHIAR
 că nu vă mai SPUN niMÎca. ă eram pe canapea. scriAm.
 și s-a zgâlțâIT CANApeaua cu mine. și când
 A: [da. Aha.

B: [m-am dus în dormitor după un minut așa. încă se mai mișca LAMpa.
 A: îhî:m. până la ea a ajuns cu TOTu altfel.
 B: îm
 A: și PÂNă la mine ȘI MAI rău (((râs ușor, ironic))
 B: [DAaa. păi AIA e. mai BÎne nu ziceam nimic. NU NU NU.
 A: e: nu: da' [acu' oricum e bine totul-
 B: [a fost de fapt patru șapte cinci și DOI. cam așa cred. adică s-a
 A: [da
 B: simțit FOARTE bine. vorba nanei. a fost CA un LEAgân. pă orizONTALă. știi?
 A: îhîm...
 B: [am simțit că se mișcă canapeaua într-o parte și-n alta.
 A: mîmîm
 B: gaata ↓ linișTEște-te. Aaa NU mai spun altă dată.
 A: OCHEI. e ochei cu gātu?
 B: am făcut un hemaTOM. sunt NEAgră-n juru gâtului. în rest e bine. n-am infecție, n-am nimic. am luat antibiotice. am terminat azinoapte. și [măine mă duc
 A: [luni scoți firele?
 B: Ă? nooo
 A: luni scoți firele?
 B: nu_nu_nu nu. a zis căăă luni MARȚI cel mai devreme.
 A: îhî:m
 B: dar a zis
 A: [OCHEI.
 B: [c-ar vrea în uichend să mă lase cu gâtul GOL ca să seee... BÎne. pa. alo?
 A: [STAI puțin. CE faci ? de CE
 B: [credeam c-ai închis.

e)

A: bună dimineața.
 B: bună dimineața.
 A: CINE-i acolo.
 B: de fapt... 'neața, horia. sófia.
 A: sófia. tu?
 B: da, eu. Vai.. de CÂND mă chinui să te prind
 A: de CÂND mă chinui să te pri... ăăă de când mă chinui și eu să te-aud. UNDE ești tu acum.
 B: eu acum sunt în pat. îmi beau cafeluța.
 A: fii atentă. tu st- deci iartă-mă trebuie să mă descalf. nu stai încălțată, nu?
 B: sunt încălțată.
 A: iartă-mă. deci tu stai în pat încălțată. cafeluța [este aicea
 B: [e:xact
 A: UNDE-i televizoru? acolo? sau acolo?
 B: ei nu. trebuie să stai invers.
 A: cum?
 B: cu picioarele spre televizor
 A: ((râde)) faci mișto de mine. deci tu stai așa. da?
 B: ((râde))
 A: și te uiți încolo. da?
 B: exact. [da da
 A: [și cafeluța o ții aici.
 B: mai jos.
 A: aici? ((râde))
 B: exact
 A: ((oftează)) CE faci horia. acuma tu ești horia. CE faci horia.
 B: bine sofia.
 A: da' de CE ești așa dus rău cu sorcova, măi horia?
 B: păi... sunt emoționat.

A: ești emoționat, horia? horia, tu ești îndrăgostit?

B: puțin.

A: de CINE horihahaha:

B: ((râde)) vreau să spun că ești un SUPERTip.

A: stai că se schimbă placa.

B: [extraordinar.

A: ((își drege vocea)) sofia!

B: da.

Notă: în exemplele de mai sus, parantezele drepte – [] – indică suprapunerea replicilor interlocutorilor. Pentru alte convenții de transcriere, vezi pp. 385-386.

II. CULTURA

1. Definiția antropologică a culturii

Există două accepții de bază ale termenului *cultură*: 1) totalitatea operelor de artă create de o comunitate umană (literatură, muzică, pictură, sculptură etc.) și, în mod particular, cunoștințele unui individ în legătură cu acestea; 2) sumă a valorilor, normelor, instituțiilor, artefactelor specifice unei comunități (moduri de viață, valori umane, credințe religioase, obiceiuri, moduri de a gândi, standarde estetice, expresii lingvistice, stiluri de comunicare etc.), adică o civilizație determinată, împreună cu toate formele ei de manifestare. Pe scurt, cultura este o structură de semnificații transmisă istoric („...an historically transmitted pattern of meanings...” – Geertz, 1973, p. 89). Cea de a doua accepție o include pe prima și corespunde definiției antropologice a culturii, la care ne vom raporta în această carte. Vom vorbi deci despre cultura română, cultura franceză, cultura japoneză, cultura americană etc.

Geert Hofstede, unul dintre teoreticienii comunicării interculturale, reprezenta astfel diversele forme de manifestare a culturii:

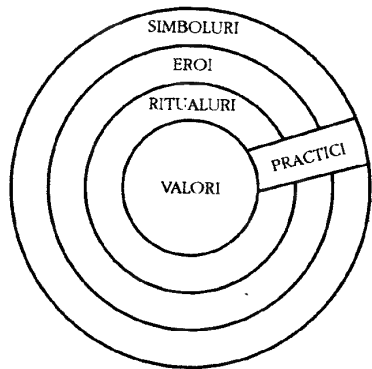


Fig. 1 – Manifestările culturii (Hofstede)

(Sursa: <http://blog-art.com/delphinebaillegeau/2004/04/manifestations-culturelles>)

Cultura/culturile reflectă capacitatea general umană de a codifica și comunica experiențe în manieră simbolică, de a vehicula simboluri într-o manieră validată de comunitate. De aceea, între culturi există asemănări, dar și deosebiri. Dintre acestea, unele sunt imediat observabile, altele subtile. Când călătorim într-o altă țară, adică într-o altă cultură, remarcăm imediat stilul clădirilor, modul în care se circulă pe stradă, felul în care arată și se îmbracă oamenii, cum își mobilează casele, dacă vorbesc repede sau rar, încet sau tare, ce mănâncă și cum petrec de sărbători etc.; din comportamentele pe care le observăm sau din discuții am putea eventual deduce dacă locuitorii unui anumit spațiu geografic pun preț pe punctualitate, pe devotament, pe generozitate, pe prietenie, ce tabuuri au, ce atitudini au față de bani, față de succes, față de oamenii săraci, față de bătrâni sau față de animale; motivațiile interne ale unor acțiuni, relațiile de cauzalitate, conexiunile dintre fapte și idei, sentimentele și modul specific de a le interioriza, prejudecățile ne pot rămâne însă total necunoscute. Asemănările, dar și diferențele dintre culturi sunt unele de suprafață, altele de adâncime, profunde.

Cultura poate fi studiată în mai multe moduri: studiile monoculturale investighează o cultură particulară; studiile comparative (engl. *comparative studies* sau *cross-cultural studies*) analizează, prin comparație, două sau mai multe culturi; studiile interculturale (engl. *intercultural studies*) urmăresc interacțiunile dinamice dintre două sau mai multe culturi; studiile privind comunicarea globală prin intermediul mass-mediei sunt reunite sub numele de *comunicare internațională*. Scopul cercetărilor este de a pune în evidență trăsături constante ale culturilor, individual sau comparativ, pentru a putea face predicții în legătură cu o cultură dată și pentru a putea explica, unitar și coerent, diferențele observate între culturi.

Deoarece cultura este creată și vehiculată prin comunicare, o parte importantă a studiilor culturale o reprezintă relația dintre cultură și comunicare (comunicarea verbală, prin limbă, și comunicarea nonverbală, prin alte sisteme de semne și simboluri). În această paradigmă intră studiile de comunicare monoculturală, de comunicare transculturală (engl. *cross-cultural communication*) și studiile de comunicare interculturală (engl. *intercultural communication*) (vezi capitolul III).

2. Metaforele culturii

Pentru a surprinde esența culturii și caracteristicile ei, antropologii au recurs adeseori la metafore asociate cu domenii dintre cele mai variate (vezi www.culture-at-work.com/concept2.html).

- *Păpușile etnografice*. O metaforă simplă, atemporală, dar comercială a culturii este „păpușa în costum național”. De vânzare în târguri și în magazinele de suveniruri, ilustrând copertele cărților și ale revistelor, păpușile evocă imaginea locuitorilor și, odată cu ea, cultura respectivă, esențializată în câteva elemente de fizionomie și detalii vestimentare distinctive.

Românașul și româncea, păpușile rusești, păpușile în costum german, micile japoneze sunt câteva exemple.



Fig. 2 – Păpușile naționale

(Surse: http://www.romanianorthodoxchurch.com/index.cfm?pkLink_ID=20; www.russiandolls.co.uk/; www.mozartsminors.com/Dolls.htm; www.orientbox.com/doll_japanese.html)

- **Miturile.** Cultura poate fi văzută și ca o colecție de mituri eroice, basme, povești, legende spuse la gura sobei sau în jurul unui foc de tabără, copiilor, seara la culcare, sau între adulți. Purtate din gură în gură, miturile se perpetuează în grup și, chiar dacă în timp suferă modificări, își păstrează nealterate identitatea și forța exemplului. În mod asemănător, cultura este impregnată de tradiție, obiceiuri, cutume specifice grupului.



Fig. 3 – Cultura: povești spuse în jurul focului

(Sursa: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- **Câmpul de forțe.** Cultura este un sistem dinamic și poate fi imaginată ca un câmp de forțe; fără a fi simțită și conștientizată, interacțiunea nevăzută a acestor forțe modelează individul și societatea.

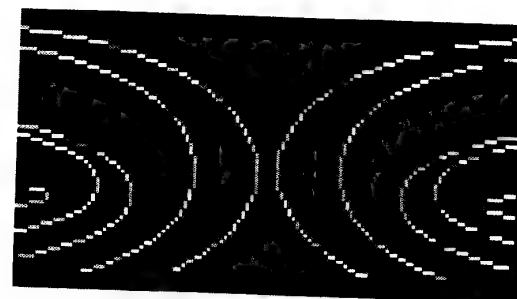


Fig. 4 – Cultura: un câmp de forțe

(Sursa: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- **Ghiveciul, bolul de salată, borcanul cu bomboane.** Aceste metafore înrudite surprind diversitatea elementelor care coexistă în același spațiu, păstrându-și parțial identitatea, dar contribuind la alcătuirea unui amestec nou, altceva decât suma părților.



Fig. 5 – *Cultura: ghiveci, salată sau borcan cu bomboane*

(Sursa: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *Un organism.* Asemenea unui organism viu, cultura are o structură internă bine definită, cu contur clar, care delimitează interiorul de exterior și permite schimburile cu exteriorul, are metabolism propriu, viață proprie, capacități de adaptare.

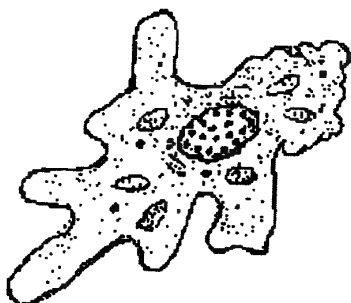


Fig. 6 – *Cultura: un organism*

(Sursa: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *O hartă mentală.* Așa cum harta este o reprezentare simplificată a unui teritoriu real, tot astfel cultura este o hartă mentală care îi ajută pe oameni să se orienteze printre simbolurile vehiculate în jurul lor. Suma conexiunilor și a semnificațiilor comune unui grup social reprezintă harta semnificațiilor culturale existente în mintea oamenilor care alcătuiesc comunitatea respectivă.

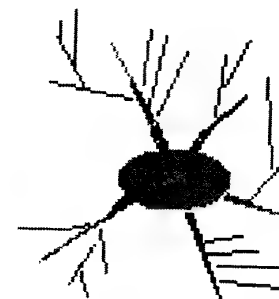


Fig. 7 – *Cultura: o hartă mentală*

(Sursa: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *O cutie cu scule.* Cultura este ca o cutie cu scule. Fiecare sculă în parte îți permite să acționezi eficient asupra unui mecanism specific; doar alegând corect scula potrivită poți obține rezultatele dorite.

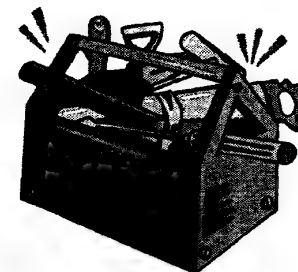


Fig. 8 – *Cultura: o cutie cu scule*

(Sursa: www.iccsd.k12.ia.us/.../teachers_toolbox.htm)

- *O busolă.* Cunoașterea științifică a culturii, determinarea valorilor ei specifice îi permite străinului să se orienteze în cultura respectivă, să nu se rătăcească, să o înțeleagă, să se poziționeze în interiorul ei prin comparație cu propria cultură; cunoașterea îi arată străinului drumul pe un traseu de semnificații necunoscute.

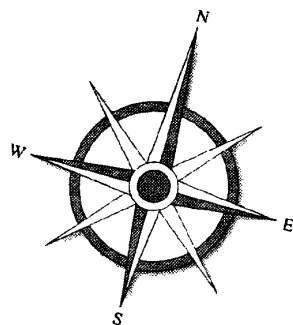


Fig. 9 – Cultura: o busolă

(Sursa: <http://2004.njsummerreading.org/.../logs/index.php>)

- *Soft al minții umane.* Folosind această metaforă, Geert Hofstede definea cultura astfel: „Collective programming of the mind distinguishing the members of one group or category of people from another” („Programare colectivă a minții care îi deosebește pe membrii unui grup/unei categorii de oameni de membrii altui grup/altei categorii”). Autorul distinge trei niveluri ale programării: *nivelul universal*, moștenit aproape în întregime; *nivelul personalității individuale*, parțial moștenit, parțial învățat; *nivelul cultural*, învățat. În era computerelor, este o metaforă care se impune de la sine. Minteă umană este hardul; cultura este softul, alcătuit din algoritmi. Minteă funcționează în conformitate cu programul care i-a fost introdus. Softul este creat de oameni și tot de ei folosit. Tot astfel, cultura este creația unui grup de oameni, care „funcționează” în conformitate cu setul de reguli prescris. Cultura este soluția oferită de un grup de indivizi în rezolvarea problemelor apărute într-un spațiu determinat.

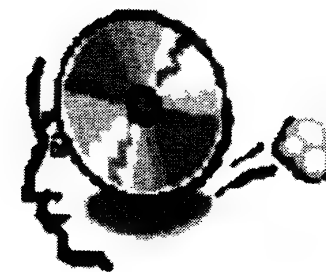
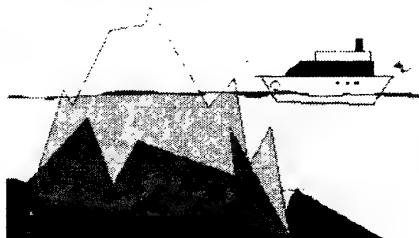


Fig. 10 – Cultura: un soft al minții umane

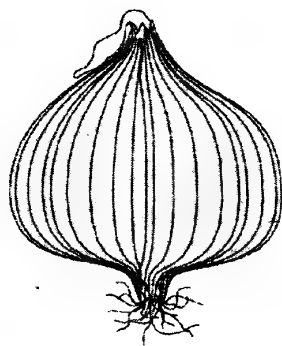
(Sursa: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *Un aisberg.* Cultura este ca un aisberg. Partea de la suprafața apei, pe care marinarii o zăresc, este asemenea trăsăturilor direct perceptibile ale culturii (clădiri, vestimentație, înfățișare, reguli de conduită socială, mâncare, tradiții, limbă etc.); dar, așa cum cea mai mare parte a aisbergului este sub ape, cea mai importantă parte a culturii este ascunsă și nevăzută: valori, mentalități, motivații, reguli și relații instituționale, roluri sociale, semnificația unor noțiuni ca modestie, generozitate, hotărâre, feminitate, percepții subiective ale timpului, relația cu puterea, conexiuni sociale, retorica discursului etc. În același timp, partea invizibilă a culturii este și partea ei cea mai periculoasă: așa cum partea nevăzută a aisbergului poate scufunda un vas, tot astfel partea nevăzută a culturii poate duce la confuzii, neînțelegeri, eșec în comunicare. Un marinar priceput poate evita naufragiul, așa cum un individ antrenat să comunice în diverse culturi poate evita neînțelegerile, se poate adapta diferențelor culturale.

Fig. 11 – *Cultura: un aisberg*

(Sursa: www.culture-at-work.com/concept2.html)

- *O ceapă.* Cultura este ca o ceapă: foi peste foi, peste foi, ascunzând miezul, la care ajungi abia după ce îndepărtezi straturile de deasupra.

Fig. 12 – *Cultura: o ceapă cu multe foi ascunzând miezul*

(Sursa: www.mcpasd.k12.wi.us/.../pages/ONION.htm)

3. Caracteristicile culturii

Cultura este un fenomen extrem de complex. Complexitatea derivă din chiar caracteristicile ei.

1. Cultura este un sistem. Este un ansamblu de elemente între care se stabilesc legături diverse. De pildă, așezarea geografică determină predominanța unor activități economice și inexistența altora, o anumită vestimentație sau modul de construcție a locuințelor; credințele religioase influențează atitudinile indivizilor față de semenii lor, dar și față de obiecte sau activități, ritualurile, credințele; ierarhiile sociale modelează relațiile dintre oameni și relațiile dintre oameni și instituții. Invențiile tehnologice au modificat felul de a se deplasa al oamenilor și relațiile lor cu timpul și spațiul, felul de a se distra, de a găti, de a produce noi bunuri. Terorismul, încălzirea globală, ocuparea unor teritorii prin război produc mutații în relațiile dintre oameni, dintre oameni și obiecte. Fiecare cultură are propria coerență internă, servind în mod optim necesitățile membrilor ei. Relațiile dintre elemente sunt dinamice, pot suferi reorganizări, care, odată produse într-un punct al sistemului, antrenează modificări în diverse alte puncte din sistem; apariția de noi elemente, dispariția altora, regrouparea elementelor existente în noi configurații sunt surse ale evoluției sistemului din interior. Contactele dintre culturi sunt sursele externe ale evoluției sistemului cultural.

2. Cultura este vehiculată prin semne. Picturile rupestre din peștera Altamira, statuile gigantice din Insula Paștelui, piramidele și mormintele faraonilor sunt semne ale unor culturi dispărute; zgârie-norii din sticlă și oțel, muzeul Louvre, Legoland-ul, Marele Zid Chinezesc, restaurantele McDonald's sunt semne ale unor culturi actuale. Ca și acestea, gesturile, modul de ocupare a spațiului, cuvintele, instituțiile, atitudinile oamenilor sunt semne: o „expresie” se asociază unei semnificații în mod convențional și

constant. Semnele au caracter arbitrar, în sensul că nu există o justificare logică pentru asocierea existentă la un moment dat între o expresie și o semnificație, de pildă între o cruce și creștinism, între o semilună și religia musulmană, între culoarea roșie a semaforului și interdicția de a traversa strada, între fonia *a-p-ă/eau/water/wasser* și substanța chimică H_2O . În același timp însă, semnele au caracter convențional: asocierea dintre semnificat și semnificant, odată constituită, este stabilă și funcționează în virtutea unei convenții acceptate și respectate de membrii societății – prin convenție, de Crăciun se împodobește bradul și se fac daruri; orice musulman are obligația de a merge cel puțin o dată în viață în pelerinaj la Mecca; în parlament se țin discursuri; zâmbetul poate fi semnul bucuriei, dar și al concesiiei sau al disprețului, poate avea rol strict social sau poate reflecta relația dintre doi indivizi. Semnele pe care le percepem pe cale senzorială, prin cele cinci simțuri, se asociază în mintea noastră cu anumite semnificații; această asociere este modelată de cultură. Indivizii vehiculează semnele în maniera acceptată de cultura care le-a produs.

3. *Cultura se învață și se transmite.* Procesul prin care indivizii dintr-o comunitate învață sistemul de valori, mentalitățile, regulile de viață ale culturii respective poartă numele de *enculturare*. Comportamentele biologice posibile sunt reduse la cele validate de o comunitate dată; natura este filtrată prin cultură. Prin enculturare, individul se integrează în societate, dobândește sistemul de norme care îl fac să devină un individ acceptat de comunitatea sa. Enculturarea este un proces continuu, la care este expus atât copilul, cât și adultul. Sunt șase elemente fundamentale pe care le învață individul prin enculturare: tehnologia, economia, politica, ideologia, viziunea asupra lumii și formele de interacțiune în cadrul societății. Acestea se învață fie prin educație (la grădiniță, la școală, la universitate, prin expunere programată la un sistem explicit de reguli), fie prin socializare (prin participarea la evenimente sociale, cum ar fi diverse sărbători

și ritualuri; prin imitarea celorlalți membri ai societății; prin respectarea instrucțiunilor sociale primite direct de la membrii familiei sau de la cei din jur: *trebuie să spui bună ziua când intri în clasă; trebuie să cedezi locul în autobuz persoanelor vârstnice; fetițele nu vorbesc urât; băieții trebuie să fie curajoși etc.*).

Există deci două forme de enculturare: *enculturarea prin socializare* (proces spontan, realizat prin inserția socială a individului și traiul zilnic în cadrul comunității) și *enculturarea prin educație* (proces dirijat și explicit de instrucție în cadrul diverselor instituții sociale). Prin chiar natura lor, formele de socializare și de educație diferă de la o societate la alta, de la o cultură la alta. De exemplu, studiile au evidențiat că, în societatea americană, enculturarea tinde tot mai mult să fie un proces explicit, prin care părinții și educatorii le expun copiilor valorile societății cu intenția de a fi învățate de către aceștia; elementele verbale joacă un rol esențial atât în transmiterea cunoștințelor, cât și în feedbackul pe care copiii îl dau instructorilor. În societatea japoneză, funcționează modelul osmozei: părinții, instructorii și copilul se află într-o relație empatetică, apropiată, în care cuvântul joacă un rol secundar, deoarece învățarea se produce prin imitarea modelului, prin aderarea spontană a copilului la elementele observate în mediu.

Transmiterea culturii de la o generație la alta asigură continuitate în viața societății. Gradul de enculturare depinde de contextele fizice și sociale în care trăiește copilul, de caracteristicile psihologice ale membrilor familiei, de practicile educative din mediul cultural respectiv. În procesul de enculturare, limba joacă un rol decisiv, fiind instrumentul prin care copilul interiorizează valorile culturii sale.

4. *Cultura este deopotrivă un fenomen social și unul individual.* Pe de o parte, cultura este legată de istoria comunității, de contextul social al evoluției sale, de religie, de evoluția instituțiilor, de evoluția familiei. Pe de altă parte, este impregnată în

fiecare individ sub forma unor patternuri de percepție, de atitudini, de comportamente acceptate și așteptate de comunitate. Pe de o parte, indivizii sunt „programați” de cultura lor să dea anumite tipuri de răspunsuri la stimulii veniți din exterior, iar, pe de altă parte, indivizii produc cultura prin comportamentele și sistemul lor de valori. Cultura creează o hartă de semnificații pe care indivizii și le interiorizează. A trăi în cadrul unei culturi înseamnă, în cele din urmă, a „juca un joc social” după „regulile” acceptate de comunitate.

5. *Cultura este o structură polifonică.* Nu toți membrii societății împărtășesc în același grad valorile culturii lor. În ecuația complexă a identității intră nu doar factori culturali, ci și factori de personalitate (temperament, convingeri personale) și educație (grad de instrucție, locul în care individul a primit educația respectivă, răspunsul individual la procesul educativ). Interacțiunile cultură – educație – personalitate sunt complexe: personalitatea se construiește într-un mediu cultural și în strânsă interdependență cu educația primită de individ; educația este produsul unor instituții determinate cultural și are impact diferit asupra personalității fiecărui individ. Cele trei componente – cultură, educație, personalitate – nu pot fi deci separate, ci privite în intercondiționările lor multiple.

Indivizii pot fi, în diferite grade, reprezentanți tipici sau atipici ai culturii lor. Indivizii tipici sunt exponenți fideli ai valorilor culturale specifice comunității respective, în timp ce indivizii atipici sunt modelați mai degrabă de date particulare de personalitate (temperament, valori personale, concepții și experiențe personale) sau de educația primită (direct, într-o altă cultură, sau indirect, prin accesul la surse scrise).

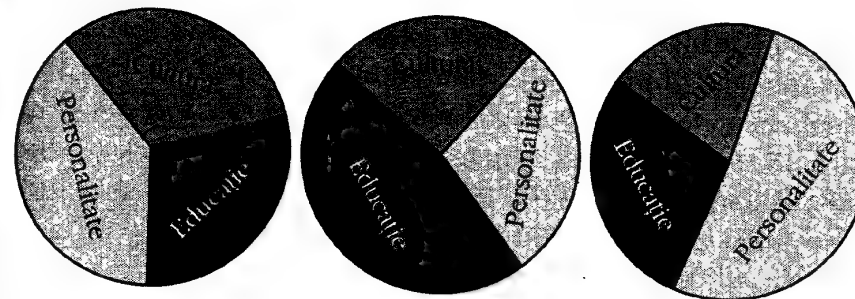


Fig. 13 – Interacțiunea factorilor cultură – educație – personalitate în determinarea individului

Prima diagramă din figura 13 reflectă profilul unui individ tipic pentru cultura lui; cultura are un rol decisiv în modelarea sa. Celelalte două reflectă profilul unor indivizi atipici pentru cultura lor, la care educația sau personalitatea a influențat sistemul de valori, mentalitatea, comportamentele, într-o măsură mai mare decât a făcut-o cultura etc.

6. *Cultura nu are caracter monolit.* În cadrul unei culturi se întâlnesc diverse subculturi, grupuri de oameni constituite după diverse criterii (sex, vârstă, preocupări, apartenență socială), care, pe fundalul unui nucleu de valori comune cu valorile culturii-umbrelă, promovează un set de valori, credințe, comportamente particulare prin care se diferențiază de membrii culturii din zona respectivă. În cadrul culturii române, de pildă, putem vorbi de subcultura romilor, subcultura mahalalei, subcultura de la Vama Veche, subcultura medicilor etc.

Cercetarea formelor specifice de manifestare a subculturilor, a culturilor de consum în diverse societăți poartă numele de *studii culturale*. Scopul studiilor culturale este de a analiza fenomenele culturale de consum (moda, literatura, muzica) și interrelaționarea lor, de a contribui la înțelegerea contextului social, politic, economic, religios, cultural care le-a produs. Este un

domeniu de studiu interdisciplinar, plasat la intersecția antropologiei cu sociologia, psihologia, semiotica și științele comunicării. Fundamentele acestei discipline academice au fost puse de Richard Hoggart, care a înființat la Birmingham, în 1964, „Centre for Contemporary Cultural Studies”, fiind urmat la conducerea institutului de către Stuart Hall.

7. Cultura este un fenomen dinamic ce se adaptează schimbărilor. Evenimente sociale, istorice, religioase, interacțiunea propriu-zisă dintre indivizi, toate la un loc produc mutații în sistemul de valori, în percepțiile și obiceiurile comunității. Nucleul se păstrează, în timp ce elementele periferice sunt supuse schimbării, ca răspuns de adaptare la modificarea survenită într-un punct al sistemului; cultura evoluează servind întotdeauna nevoile unei comunități determinate într-un anumit moment. Regulile jocului se schimbă și sunt asimilate ca atare de către jucători.

Cauzele schimbării sunt externe și interne. Cauzele externe sunt reprezentate de schimbări produse în natură, precum și de schimbări survenite în alte culturi. Relația dintre cultură și natură se dezvoltă în dublu sens: pe de o parte, cultura oferă soluții problemelor pe care natura le pune în fața oamenilor, iar pe de altă parte, cultura remodelează natura. Încălzirea globală, de pildă, produce schimbări în modul de viață al oamenilor, dar în același timp acțiunile oamenilor sunt îndreptate spre diminuarea efectelor naturale. Cauzele interne ale evoluției sunt tocmai evoluțiile interne ale culturilor, produse de dezvoltarea tehnologiei, a cercetării, de creșterea economică, de schimbările politice, dezvoltarea socială. De pildă, în societatea românească de după 1989 au intervenit schimbări politice și economice care au modificat modul de a trăi al oamenilor. Față de perioada totalitară, libertatea de expresie, libera circulație, concurența, apariția de mărfuri diverse pe piață au atras schimbări cum ar fi: curajul de a exprima un punct de vedere personal, transformarea treptată

a turismului cu scop economic în turism cultural, preocuparea pentru diversitate și calitate, schimbarea stilului de viață (hrană, îmbrăcăminte, petrecerea timpului liber etc.).

8. Cultura modelează percepțiile. Percepția este procesul prin care individul selectează, structurează, interpretează datele dobândite senzorial, organizându-le într-un sistem coerent care îi permite să înțeleagă lumea. Consensul social asupra percepțiilor individuale creează „realitatea” în cadrul acelei societăți. De pildă, majoritatea membrilor din majoritatea culturilor percep frunzele copacilor ca fiind verzi și doar puțini oameni, daltoniștii, le văd roșii; percepția majorității se constituie în realitatea acelor societăți. Dacă majoritatea oamenilor ar percepe frunzele copacilor roșii și doar câțiva le-ar percepe verzi, atunci realitatea ar fi că „frunzele sunt roșii”. Percepția este ancorată cultural: cultura îi „învață” pe membrii societății să perceapă și să interpreteze realitatea. De pildă, în cultura română, părinții aruncă peste casă dinții de lapte ai copilului, pentru a-i crește acestuia alți dinți, frumoși și sănătoși; în cultura americană, copiii pun sub pernă dintele de lapte căzut, iar Zâna-măseluță le aduce în schimb bani. În culturile vestice, culoarea de doliu este, de obicei, negrul, iar în culturile orientale, albul. În unele culturi, când este lună plină, oamenii văd chipul unui om desenat pe suprafața Lunii („omul din Lună”); în alte culturi, oamenii văd profilul unei femei, un iepure sau chiar un iepure care prepară într-un vas o prăjitură japoneză tradițională (*mochi*).

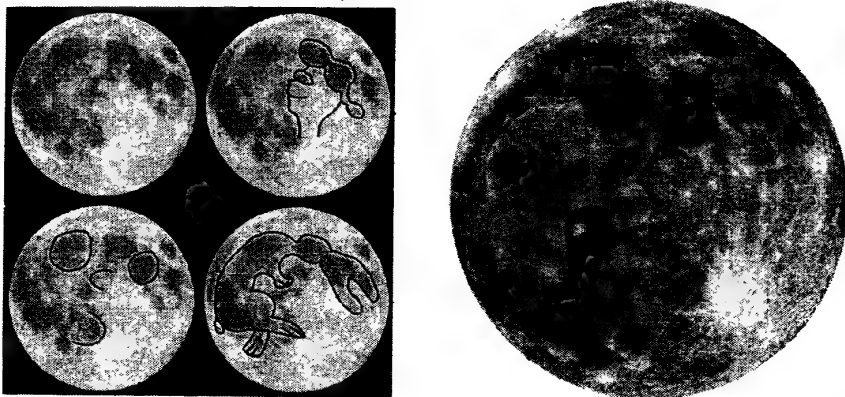


Fig. 14 – *Omul din Lună, femeia sau iepurele*

(Sursa: http://en.wikipedia.org/wiki/Man_in_the_Moon)

9. *Culturile intră în contact.* Cultura nu este un fenomen izolat. În diverse perioade istorice, diferite culturi au intrat în contact (direct sau livresc), influențându-se reciproc. Cultura română, de pildă, a intrat în contact cu culturile orientale până în a doua jumătate a secolului al XIX-lea (cultura slavă, cultura turcă, cultura greacă, cultura rusă), cu cele occidentale (cultura franceză, cultura italiană, cultura germană) după a doua jumătate a secolului al XIX-lea, iar după 1990 foarte puternică este influența culturii americane. Reflexele acestor influențe au fost sesizate în modul de viață al oamenilor, în mentalități, în limbă.

Adaptarea unui individ la o nouă cultură, ca urmare a contactului direct, relativ îndelungat, cu o altă cultură poartă numele de *aculturare*. În funcție de amploarea contactului dintre populații, timpul de contact și contextul în care acesta se produce, există mai multe forme de aculturare: invazia și colonizarea, presupunând un contact de lungă durată între societăți globale, având ca scop impunerea culturii cuceritoare; aculturarea unilaterală, presupunând preluarea unor elemente ale culturii-gazdă de către

participanți individuali/în grup la evenimente cum ar fi studiul și munca în străinătate pe o perioadă limitată de timp; aculturarea bilaterală, presupunând conviețuirea îndelungată a unor populații într-un anumit spațiu, ca de pildă conviețuirea în Elveția a româșilor cu elvețienii de limbă germană, în Liban, a musulmanilor cu creștinii; aculturare multilaterală, presupunând contacte constante și de lungă durată între grupuri etnice înrudite aparținând aceluiași stat, cum ar fi diversele triburi din India sau Zair.

Globalizarea este o formă particulară a contactului dintre culturi, presupunând caracterul integrat, interdependent, interconectat al domeniilor economic, social, tehnologic, cultural, politic, ecologic dintr-un număr tot mai mare de societăți. Efectul globalizării îl reprezintă standardizarea vieții în lume: fast-food-urile, plățile electronice, folosirea computerului personal, cumpărăturile din supermarketuri, plecatul în weekend pentru relaxare sunt câteva dintre manifestările procesului de globalizare.

10. *Relativismul culturilor.* La baza studiilor culturale se află *principiul relativismului cultural*, formulat de Franz Boas (1858-1942), părintele antropologiei americane. Conform acestui principiu, toate formele de manifestare a unei culturi trebuie interpretate în contextul culturii care le-a produs. Principiul stipulează pluralismul cultural (există culturi diverse, caracterizate prin fenomene cu semnificații proprii, specifice, diferite de la o cultură la alta) și egalitarismul culturilor (nu există o ierarhie a culturilor; culturile sunt egale, deoarece satisfac în egală măsură nevoile membrilor lor). Bronisław Malinowski (1884-1942), antropolog polonez, a accentuat importanța muncii „de teren”, a contactului direct dintre nativi și cercetător, care trebuie să observe comportamentele și să „prindă” semnificațiile pe care acestea le au pentru nativi (vezi și capitolul IV, „Culturi în contact”).

Termenul opus relativismului este *etnocentrismul*, tendința individului de a privi lumea (diversele culturi) din perspectiva

propriei culturi, pe care o consideră centrul universului, „buricul pământului”, superioară altor culturi. Etnocentrismul este o formă de distorsionare a semnificației obiectelor și fenomenelor prin interpretarea lor în contextul propriei culturi, nu în contextul culturii care le-a generat. Conceptul de *etnocentrism* a fost introdus și teoretizat de Elena Jacobs Jaye Lau, profesor de științe sociale și politice la Yale University (vezi și capitolul III, „Întâlnirea dintre limbi-culturi”).

4. La temelia culturii: religia, familia, statul

Dacă ne imaginăm cultura ca un edificiu, atunci fundația o reprezintă trei instituții: Biserica, familia, statul. De ce tocmai acestea? Datorită importanței lor în cadrul societății: ele conturează credințele, valorile, aspirațiile, nevoile fundamentale ale oamenilor; prin rezistența lor în timp, au asigurat continuitatea civilizației; sunt purtătoare ale unor mesaje emoționale puternice (dragoste, teamă, bucurie, tristețe, patriotism, supunere, loialitate etc.) și își asociază valori simbolice (crucea ca simbol al creștinismului, casa ca simbol al familiei, steagul ca simbol al națiunii). Interacțiunea cu semenii în cadrul acestor instituții conferă identitate culturală individului și conturează viziunea despre lume a grupului social.

Religia și Biserica. Prin religie oamenii își definesc relațiile cu natura. Există câteva elemente comune tuturor religiilor: autoritatea supremă, fie că se numește Dumnezeu, Isus, Buddha, Allah sau Brahman; învățătura transmisă de autoritate prin intermediul cărților sfinte, indiferent dacă acestea se numesc Biblia, Talmudul, Coranul, Vedele, Upanishadele sau Analectele; ritualurile, cum ar fi Învierea, rugăciunea spusă la Zidul Plângerii, pelerinajul la Mecca sau meditația; filosofia teologică rezultată

din speculația pe marginea textelor sacre și din ritualuri; etica religioasă; sentimentul siguranței pe care credința îl dă omului. Diferențele dintre religii se materializează în șase doctrine religioase majore: creștinismul, iudaismul, islamismul, hinduismul, budismul, confucianismul.

Creștinismul este cea mai răspândită religie din lume, cu aproximativ 2,1 miliarde de credincioși, cuprinzând teritorii din Europa, America, Africa de Sud, Filipine, Oceania și Asia. Creștinismul cunoaște diverse doctrine și practici religioase: romano-catolicii, creștinismul oriental (Biserica Ortodoxă de Răsărit, Biserica Ortodoxă de Apus), Biserica anglicană, Biserica protestantă (luteranii, reformații, evanghelicii, baptiștii, adventiștii de ziua a 7-a, penticostalii etc.). Este o religie monoteistă, având în centrul ei viața și patimile lui Isus din Nazaret, fiul Domnului, așa cum ne sunt înfățișate în Noul Testament. Împlinind profeția din Vechiul Testament, venirea lui Mesia pe pământ reconciliază omenirea cu dumnezeirea, salvând-o de păcatul originar și oferindu-i, prin moartea și învierea lui Isus, viață veșnică. Ridicat la Ceruri, așezat de-a dreapta Domnului, Isus se va întoarce pentru a da viață celor din morminte și pentru a săvârși Judecata de Apoi instaurând împărăția lui Dumnezeu pe pământ. Credința în Isus le aduce oamenilor iertarea păcatului originar și îi salvează de la moarte spirituală. Un bun creștin trebuie să urmeze învățăturile lui Isus, să respecte cele 10 porunci, să se roage pentru a se pătrunde de spiritul sfânt și a accede, cu voia Domnului, la viața veșnică. Cuvântul este darul făcut oamenilor de Dumnezeu și modul în care Divinitatea comunică cu pământeni; prin predică, preotul le face oamenilor înțelese cuvântul și învățăturile Mântuitorului. Crucea, amintind de răstignirea lui Isus, este cel mai cunoscut simbol creștin.

Religia iudaică este una dintre cele mai vechi religii mono-teiste, îmbrățișată de aproximativ 14 milioane de persoane. Este cuprinsă în Vechiul Testament din Biblie și în Talmud. Un

Dumnezeu unic, omniscient, omnipotent, bun și iubitor, transcendent a creat universul și îl guvernează. Elementul central al religiei iudaice nu este o persoană sau un grup de persoane, ci respectarea tradiției și a învățăturii lui Dumnezeu. Conform tradiției, Dumnezeu a făcut un legământ cu Avraam, patriarhul și părintele evreilor, cel care a răspândit cuvântul lui Dumnezeu respingând idolatria. Prin Moise, cu care s-a întâlnit pe muntele Sinai, Dumnezeu a transmis evreilor învățăturile sale, scrise în Tora și explicate în Talmud. Un bun evreu este acela care respectă tradiția și studiază învățăturile lui Dumnezeu. Rolul rabinului este de a interpreta și explica învățăturile lui Dumnezeu. În viața de zi cu zi, evreii păstrează tradiții vestimentare (kipa), alimentare (mâncare cușer), de muncă și odihnă (sabatul) etc.

Islamismul este a doua mare religie (monoteistă) a lumii, la care au aderat peste 1,4 miliarde de credincioși musulmani din Africa de Nord și de Vest, din Orientul Mijlociu, din Asia Centrală și de Sud-Est, din India, Europa Occidentală, Peninsula Balcanică și Rusia. Islamismul presupune supunerea totală a omului voinței lui Dumnezeu. În centrul religiei islamice stau învățăturile Coranului, trimise profetului Mohamed de către Allah, prin îngerul Gabriel. Pentru musulmani, Mohamed nu este întemeietorul unei noi religii, ci restauratorul învățăturilor divine originare, purtate de profeți precum Abraham, Moise, Isus și distorsionate în timp. Coranul este chiar cuvântul lui Dumnezeu. De aceea, una dintre principalele practici religioase este memorarea exactă, cuvânt cu cuvânt, și recitarea corectă a Coranului. Rugăciunile la ore fixe din zi, pelerinajul la Mecca, pomenile date săracilor, postul ținut în luna ramazanului, jihadul – războiul sfânt de apărare a Islamului – sunt practici de viață avându-și rădăcinile în credințele religioase.

Hinduismul este a treia mare religie a lumii, cu aproximativ 1 miliard de credincioși, răspândită mai ales în India și Nepal, dar și în Sri Lanka, Bangladesh, Indonezia, Malaysia, Fiji, Surinam,

Guyana și Trinidad-Tobago; în fapt, este un conglomerat de credințe diverse și tradiții de viață. Învățăturile religioase sunt transmise prin intermediul unor texte de teologie, filosofie, mitologie, dintre care cele mai importante prin vechimea și caracterul lor exemplar sunt Vedele, Upanishadele, Mahābhārata, Ramayana. Temele fundamentale sunt: *dharmā* (etica și îndatoririle oamenilor), *samsara* (ciclul naștere, viață, moarte, renaștere), *karma* (acțiune și reacție), *moksha* (eliberarea din ciclul *samsara*). Divinitatea este conceptualizată diferit de la o școală la alta: în teologia monoteistă/panteistă, Brahman este Sinele suprem, spiritul unic și nediferențiat, esența tuturor lucrurilor, principiul infinit la care omul poate accede doar prin cunoaștere, prin meditație, prin dobândirea înțelepciunii ultime, a identității sufletului individual cu Brahman; alteori divinitatea este personalizată ca Ishvara, ființă transcendentă ce poate fi imaginată ca tată, mamă, prieten sau copil, iubit sau iubită. Scripturile vorbesc și despre zeități, spirite celeste, îngeri, *devas*. În toate religiile hinduse, *atman*, adică sufletul, este adevăratul sine, etern ca Brahman. Scopurile vieții sunt plăcerea senzuală și bucuria, prosperitatea și succesul, respectarea legilor și a regulilor, eliberarea din ciclul nașterii, vieții, morții și renașterii. Pentru atingerea acestor scopuri, omul poate alege o metodă (yoga) din mai multe: calea iubirii și a devotamentului, calea acțiunii drepte, calea meditației, calea înțelepciunii. Prin practicile religioase, oamenii încearcă să simtă prezența lui Dumnezeu și să obțină binecuvântarea zeităților. Forme de venerare a divinității sunt ofrandele de mâncare, apă sau flori; ritualurile includ aprinderea unor lumânări, sunete de clopoței, mișcări delicate de evantaie, melodii cântate la instrumente tradiționale și meditația. Locurile de rugăciune sunt templele, la care hindușii merg în special cu ocazia festivalurilor religioase, relativ numeroase în timpul anului. Guru își inițiază discipolii pentru a duce o viață dharmică. Viața în societate este condusă de reguli precise: astfel, viața bărbaților este concepută ca succesiune de faze (dobândirea învățăturii dharmice, activitatea socială și susținerea familiei, retragerea și ascetismul); membrii societății sunt împărțiți în caste (preoții și învățătorii; războinicii

și regii; oamenii de afaceri și negustorii; oamenii simpli și muncitorii).

Religia budistă, veche de peste 2.500 de ani, își are rădăcinile în învățăturile regelui Buddha; astăzi are aproximativ 276 de milioane de credincioși în întreaga lume. În centrul religiei nu se află un Dumnezeu personalizat, ci relația dintre umanitate și Divinitate. Accentul cade pe dezvoltarea personală a individului pentru o înțelegere profundă, prin meditație și contemplație, a naturii adevărate a vieții. Lumea fizică, tranzitorie, este guvernată de suferința cauzată de dorința de reîntrupare, deasupra căreia omul se poate ridica prin gândul bun, cuvântul bun, fapta bună, viața corectă, prin starea mentală adecvată care îi permite detașarea de lumea fizică și contemplarea efemerului.

Confucianismul – cod etic, filosofic și religios, politic și economic, răspândit în China, Japonia, Coreea, Vietnam – se bazează pe analectele (proverbele, aforismele) lui Confucius. Valorile fundamentale ale confucianismului sunt respectarea ritualurilor și a etichetei, dragostea în familie, corectitudinea, onestitatea și încrederea, bunătatea și umanismul, loialitatea. Confucianismul actual derivă din școala neoconfucianistă, ca o combinație a ideilor taoiste și budiste. Confucianismul are ca temă principală armonia socială și empatizarea cu celălalt, demnitatea umană și respectul reciproc dintre oameni, autoperfecționarea, respectarea bunelor maniere esențializate în ritualuri, paternalismul și puterea conducătorului, dezvoltarea sensibilității prin arte. Oamenii ocupă poziții predeterminate în cadrul societății și au obligația de a se comporta în conformitate cu regulile dictate de aceste poziții, de a respecta eticheta, de a-și respecta contemporanii și de a-i venera pe înaintași, demonstrând devotament filial și loialitate în raport cu autoritatea. Deși se bazează pe ritualuri, confucianismul are puțin a face cu venerarea unor zeități, a unei divinități; de aceea, există controverse legate de considerarea confucianismului ca religie propriu-zisă. În sensul restrâns al

termenului *religie* – de venerare a unor creaturi supranaturale –, confucianismul nu este o religie; în sensul larg al termenului – de sistem de credințe, sentințe, maxime, aforisme în legătură cu etica tradițională, repere de comportament în viața de zi cu zi și locul omului în univers –, confucianismul este, evident, o religie cu principii bine fixate.

Indiferent de dogmă, religia oferă oamenilor o viziune despre lume, care poate fi sintetizată pe două dimensiuni: a) relația dintre rațiune și intuiție, obiectivitate și subiectivitate, știință și religie; b) relația dintre dualism și monism. Prima dimensiune face distincție între viziunea mecanicistă asupra lumii – conform căreia lumea este de natură fizică, operează după legi ce pot fi descoperite, verificate, demonstrate și asupra cărora individul poate acționa (religiile Vestului: creștinism, iudaism) – și viziunea nonmecanicistă, conform căreia lumea materială este o iluzie, adevărul este dat, nu trebuie cercetat și nu poate fi descoperit în ordinea naturală (religiile Estului: budism, confucianism, islamism, hinduism). A doua dimensiune face distincție între viziunea dualistă a Vestului (om/natură, minte/corp), în care viața are un început și un sfârșit, și cea monistă a Orientului (lumea văzută ca unitate), în care viața este ciclică, recurentă. Avându-și punctul de pornire în viziunea asupra lumii, valorile individuale și colective ale Occidentului și ale Orientului sunt opuse. În Occident, individul, element unic și distinct al universului, are ca valori fundamentale succesul și fericirea, măsurabile prin bani, popularitate, încredere; ele pot fi obținute prin acțiunea individului asupra mediului, prin inițiativă și receptivitate la schimbare, prin exprimarea emoției și a dorințelor personale; o viziune pragmatică și materialistă asupra lumii, o atitudine etică a individului în lume stau la baza realizărilor personale și a afirmării voinței proprii. În Orient, individul, ca parte componentă a universului și ca membru al grupului din care face parte, are ca valori fundamentale devenirea spirituală, propășirea interioară, cultivarea spiritului, virtutea, modestia, atitudinea rezervată în relațiile cu semenii.

Familia. Importanța familiei în societate derivă din faptul că transformă, prin socializare, un organism biologic în ființă umană.

În cadrul familiei se definește *relația dintre individ și grup*. Conceptul însuși de *familie* conferă o imagine asupra dimensiunii grupului: familia restrânsă, nucleară (mama, tata, copiii) este specifică societăților în care relațiile sociale sunt laxe, în timp ce familia lărgită, extinsă (mama, tata, copiii, bunicii, unchii și mătușile, verii, cumnații, nașii etc.) este specifică societăților în care oamenii tind să se angajeze în legături puternice, durabile cu semenii, bazate pe un sistem predeterminat de drepturi și obligații morale. Gradul de implicare a familiei în sprijinirea copilului modelează gradul de dependență dintre membrii societății: independența eului și a acțiunilor personale, respectiv dependența de grup și corelarea acțiunilor proprii cu acțiunile grupului. Relațiile din cadrul familiei modelează gradul de formalism în conduită (formal/informal), încrederea în sine, libertatea de exprimare a opiniei, raporturile de egalitate/inegalitate bazate pe diverse diferențe (de sex, de vârstă, de poziție socială) dintre indivizi. Percepția vârstelor se formează tot în familie: valorizarea pozitivă sau negativă a bătrâneții (asociată cu înțelepciunea acumulată prin cunoștințe sau, dimpotrivă, cu declinul), rolurile sociale în funcție de vârstă, ierarhiile determinate de vârstă. În familie se formează deprinderile de acțiune și de comunicare. Comportamentul adulților față de copii determină modalitățile specifice de integrare a acestora în societate: gradul de autoritate a părinților asupra copiilor, implicarea lor în activitățile curente ale familiei (mersul la cumpărături, la restaurant sau în excursii), pedepsele corporale, preocuparea familiei pentru constituirea unor grupuri de joacă, implicarea familiei în căsătoria copiilor etc.

Rolurile de gen se fixează tot în cadrul familiei: copiii învață distincția dintre activitățile masculine și activitățile feminine (Cine câștigă banii în familie? Cine face treburile în gospodărie? Ce rol are fiecare dintre cei doi părinți în creșterea copiilor?), relația dintre sexe (gradul de dependență a femeii de bărbat,

comportamentele specifice), locul fiecăruia în cadrul familiei, jocurile copilăriei ca tip particular al „jocurilor” din cadrul societății.

Statul este produsul istoriei unei comunități. Scriitorul englez Edmund Burke considera istoria „un pact între cei morți, cei vii și cei nenăscuți încă”. Rolul statului în viața unei comunități se constituie în timp, configurează formele de manifestare a societății în prezent și oferă „zestrea” pentru generațiile viitoare. Relațiile statului cu individul constituie sursa identității sociale a individului, sistemul de valori din cadrul societății, jalonează scopurile existenței individuale și sociale, modelează așteptările indivizilor, psihologia socială. De exemplu, ca rezultat al istoriei, din psihologia americană fac parte constructe sociale precum *self-made man*, „visul american”, „țara tuturor posibilităților”, *the best*, „cucerirea spațiului”, în vreme ce din psihologia rușilor fac parte constructe precum „invazia”, „apărarea împotriva dușmanilor”, „suferința și persecuția”, „mama Rusiei”, „brutalitatea”.

O formă de manifestare a statului în viața cotidiană o reprezintă instituțiile. Printre acestea, școala asigură socializarea individului în cultura respectivă. Culturile prezintă diferențe în ceea ce privește specificul interacțiunii didactice. La un capăt al continuumului se plasează sistemele educaționale tradiționale, iar la celălalt – sistemele educaționale moderne. Astfel, în sistemele tradiționale, procesul didactic este centrat pe elev, în sensul că accentul cade asupra particularităților elevului, asupra metodelor de antrenare a acestuia în procesul dobândirii de cunoștințe și abilități; abordările în cadrul procesului educativ au în vedere media, nu vârfurile, progresul mării majorități pe care media o reprezintă, nu a unei minorități cu performanțe de excepție; scopurile educației sunt evoluția/dezvoltarea personală, în sensul dezvoltării abilității elevilor de a dobândi un loc în societate și de a se autoevalua prin raportare la ceilalți, și dobândirea abilităților de a învăța (cum se caută informația, cum se rezumă un text, cum se face o sinteză etc.); accentul cade pe dezvoltarea gândirii critice (evaluarea complexă a unor aspecte,

problematizarea, descoperirea, exprimarea unui punct de vedere personal, gândirea inovatoare etc.); profesorul își asumă rolul de îndrumător al educației; sunt evaluate nu rezultatele finale, ci comportamentul studentului în procesul învățării – efortul, evoluția lui; o abordare holistă a cunoașterii, prin integrarea datelor dobândite la diverse obiecte de învățământ. În sistemele moderne, procesul didactic este centrat pe subiect, deci pe dobândirea de informații factuale; interesul se îndreaptă asupra unei minorități cu performanțe de excepție; scopurile educației sunt „învățarea în sine și pentru sine”, memorarea de informații; profesorul are rolul de a controla activitatea elevilor; notarea se face pe baza testelor punctuale de cunoștințe; o viziune atomistă asupra cunoașterii, în care există granițe tranșante între diversele discipline de studiu. În cultura americană, de pildă, predomină sistemul modern; în cultura britanică – cel tradițional; în cultura olandeză s-a încercat introducerea sistemului modern, dar reforma a fost abandonată din cauza rezistenței la schimbare a profesorilor; în Austria, sistemul educației în școala primară a evoluat spre tehnicile moderne.

5. Diversitatea culturală

Între culturi există asemănări, deosebiri și influențe reciproce.

Asemănările sunt reprezentate de realitățile obiective ale lumii în care trăim (există munți, ape, oameni, animale, îmbrăcăminte, construcții etc.), de existența unor adevăruri universale (viața fizică este finită, este o suită de opțiuni, orice cultură este vehiculată prin limbă), de asemănările inerente dintre oameni (fizice, fiziologice, psihice), de activitățile universale în care toți oamenii se angajează (dorm, mănâncă, procrează), de răspunsurile pe care le dau la stimulii primiți din mediu (râd, se supără, așteaptă, speră etc.).

Deosebirile dintre culturi nu sunt întâmplătoare. Pe de o parte, sunt rezultatul mediului geografic, social, cultural, economic, politic, religios, istoric în care s-a dezvoltat o comunitate. Pe de altă parte, sunt rezultatul interpretării subiective de către oameni a diverselor elemente și relații din lumea înconjurătoare, al percepțiilor diferite ale stimulilor primiți din exterior. Interpretările și percepțiile subiective sunt stocate de indivizi în forma unor credințe care le modelează gândurile și acțiunile, a unor atitudini având subiacente stări psihologice (rezultate din interacțiunea subtilă a credințelor, sentimentelor și predispozițiilor sociale și individuale), a unor valori, ca sistem de reguli care le ghidează alegerile de viață, a unor patternuri culturale. Toate determină un mod de viață și de interpretare a realității.

Pentru a capta parametrii de variație culturală, antropologii și sociologii au propus mai multe modele teoretice:

5.1. *Modelul lui Kluckhohn și Strodtbeck. Valorile spre care se orientează cultura*

Primii care au elaborat o metodă articulată de studiere a variației culturale au fost Kluckhohn și Strodtbeck (1961) – este vorba de *value orientation method* (metoda orientării spre valori). Autorii au explicat diferențele dintre culturi prin cinci valori principale (preocupări generale ale oamenilor din toate culturile) și trei tipuri de răspunsuri posibile la fiecare dintre cele cinci valori (care explică diferențele dintre culturi).

• *Care este esența naturii umane?*

La această întrebare, tipurile posibile de răspuns sunt:

- esența naturii umane este răul; în oameni nu se poate avea încredere; ei sunt în mod fundamental răi, deci trebuie ținuti atent sub control;
- esența naturii umane este mixtă; pe lume există și oameni buni, și oameni răi; oamenii pot fi îndrumați să devină buni;

- esența naturii umane este binele; oamenii toți se nasc buni, societatea însă îi poate perverti.
- *Care este relația dintre om și natură?*
La această întrebare, variantele de răspuns sunt:
 - oamenii se subordonează naturii; ei nu pot interveni pentru a schimba în vreun fel natura, viața este determinată în mare măsură de forțe externe, cum ar fi destinul și zestrea genetică; oamenii trăiesc pentru a împlini destinul care le-a fost hărăzit;
 - oamenii trăiesc în deplină armonie cu natura;
 - oamenii domină natura, o cuceresc, răspund provocărilor ei.
- *În ce raport se află oamenii cu timpul?*
Cele trei variante de răspuns sunt:
 - oamenii trebuie să privească spre trecut, pentru a învăța din istorie, pentru a extrage de aici învățăminte de urmat, trebuie să continue în prezent tradițiile trecutului;
 - oamenii trebuie să trăiască clipa, să se bucure de prezent, să nu-și facă griji pentru viitor;
 - oamenii trebuie să privească spre viitor, să-și propună scopuri, să-și planifice activitățile, să sacrifice ziua de azi pentru un rezultat măreț în viitor.
- *Care este cea mai bună formă de activitate?*
Variantele de răspuns sunt:
 - *a fi*: simpla existență a individului pe pământ își este sieși suficientă, nu sunt necesare realizări mărețe care să dea un sens existenței;
 - *a deveni*: scopul omului pe pământ este de a se dezvolta, de a se realiza prin devenire;
 - *a face*: măsura valorii omului este dată de ceea ce înfăptuiește el, de realizările pe care le obține; efortul și munca lui sunt întotdeauna recompensate la justa lor valoare.

- *Care este cea mai bună formă de organizare socială?*

Variantele de răspuns sunt:

- forma ideală de organizare a societății este cea ierarhică; unii oameni se nasc pentru a fi conducători, alții pentru a-i urma pe conducători; ierarhia este deci immanentă societății;
- forma ideală de organizare a societății este cea colaterală, bazată pe cooperarea tuturor membrilor grupului; important în viață este să te sfătuiești cu ceilalți, să nu iei decizii de unul singur;
- forma ideală de organizare a societății este cea individuală, care promovează egalitatea indivizilor în acțiuni și în luarea deciziilor; fiecare membru al societății trebuie să-și ia destinul în propriile mâini, să răspundă pentru faptele sale.

Aplicată la cultura americană, prin observații și chestionare, metoda a condus la următoarele rezultate: membrii culturii americane, dominantă în Statele Unite, sunt orientați spre viitor, se focalizează pe acțiune (*a face*), aspiră să domine natura și consideră că natura umană este mixtă; indigenii americani sunt orientați spre trecut, se focalizează pe existență (*a fi*), valorizează acțiunile de grup (colaterale), aspiră să trăiască în armonie cu natura și cred că omul, în esența lui, este bun. Firește, toate tipurile de răspunsuri pot coexista în cadrul unei culturi în situații particulare și în legătură cu elemente particulare de existență, așa cum valorile individuale pot fi diferite de tendința generală a societății la un moment dat.

Țara	Activitate			Natura umană		Relații			Relația cu natura		
	A fi	A face	A deveni	Evaluează	Bună/Rea	Grup	Ierarhie	Individ	Armonic	Domina-re	Subor-donare
Australia	-0,55	0,68	0,64	-0,02	-0,42	0,23	-0,57	0,98	0,48	0,81	-1,56
Canada	-0,5	0,69	0,31	0,27	-0,87	0,5	-1,05	0,86	0,97	0,78	-1,7
Elveția	-0,42	-0,11	0,66	0,12	-0,48	0,78	-0,9	1,2	0,8	0,54	-1
Hong Kong	-0,67	-0,01	0,9	0,36	-0,5	0,76	-0,82	0,92	0,93	0,44	-1,2
Mexic	-0,68	0,69	0,9	0,43	-0,66	0,5	-0,94	0,28	0,91	0,95	-1,28
Olanda	-0,5	0,48	0,21	0,43	-0,57	0,82	-0,64	0,77	0,65	0,67	-1,2
Noua Zeelandă	-0,18	0,65	0,4	0,34	-0,79	0,48	-1,17	0,88	1,05	0,73	-1,58
Taiwan	-1,19	0,62	0,74	0,43	-0,68	0,67	-1,25	1,06	0,85	1,05	-1,55
Anglia	-0,55	0,49	0,26	0,11	-0,78	0,68	-1,18	0,94	0,84	0,86	-1,56
Statele Unite	-0,63	0,78	0,33	0,39	-0,88	0,3	-1,02	0,87	1,01	0,82	-1,54

Notă: o valoare ridicată indică o orientare puternică a culturii spre valoarea respectivă.

(Sursa: <http://www.collegeofbusiness.fau.edu/mgt/intbusns/peterson/Culture%20Dimension%20Toolbook%20R2.htm>)

5.2. Modelul lui Edward T. Hall

Edward T. Hall poate fi considerat fondatorul disciplinei *comunicare interculturală*¹. Este primul care a folosit această sintagmă în cartea sa din 1959, *The Silent Language*, unde a făcut distincția între două tipuri de culturi, monocronice și policronice. În cartea din 1976, *Beyond Culture*, Hall a explicat diferențele culturale dintre diverse grupuri prin conceptul de *dependență contextuală*.

5.2.1. Culturi monocronice/culturi policronice

Culturile monocronice cultivă secvențialitatea evenimentelor (activitățile se desfășoară pe rând, una după alta) și concentrarea profundă asupra evenimentului; culturile policronice cultivă simultaneitatea evenimentelor (există mai multe evenimente care se desfășoară simultan), atenția distributivă și concentrarea superficială asupra evenimentului.

Studii ulterioare în domeniu au corelat tipul de cultură – monocronică/policronică – cu conceptul de punctualitate. În culturile monocronice, atitudinea față de timp este rigidă: în cultura chineză sau în Germania punctualitatea este extrem de importantă; a întârzia la o întâlnire îi poate aduce individului

1. Antropologul Edward T. Hall și lingvistul George L. Trager au pus bazele paradigmei originale a comunicării interculturale în cadrul unor cursuri de pregătire a diplomaților americani la Foreign Service Institute din Washington, cu care cei doi au colaborat în perioada 1951-1959. Noul domeniu a pornit de la teoria relativismului lingvistic (teoria Whorf-Sapir) și de la teoria freudiană a psihanalizei. Născut mai mult sau mai puțin accidental, ca formă de instruire practică, domeniul a devenit obiect de studiu în universitățile americane și apoi în cele japoneze, constituindu-se în timp ca domeniu de cercetare autonom.

prejudicii de imagine sau poate constitui o insultă la adresa celuilalt. În culturile policronice, oamenii se raportează mai relaxat la noțiunea de timp. Astfel, în America Centrală și de Sud, sunt frecvente întârzierile la întâlniri, deoarece oamenii acordă prioritate evenimentelor survenite în cursul zilei respective, nu unei planificări făcute în agendă; în Franța, întârzierile de 15 minute sunt acceptate, iar în Orientul Mijlociu, a-l face pe celălalt să aștepte, chiar și o oră, este un obicei cultural. Studii asupra relației dintre cultură și timp au pus în evidență o „gradare culturală” a conceputului de punctualitate: culturi în care punctualitatea este fundamentală, iar lipsa de punctualitate constituie o ofensă la adresa celuilalt (China, Indonezia, Japonia, Singapore); culturi în care punctualitatea este foarte importantă, reprezintă un mod de viață (Australia, Danemarca, Olanda, Elveția); culturi în care punctualitatea este apreciată și așteptată (Austria, Belgia, Canada, Ungaria, Turcia, Statele Unite); culturi în care punctualitatea este relativ importantă, deși uneori oamenii întârzie (Argentina, Bolivia, Franța, Italia, Portugalia); culturi în care punctualitatea este aproximativă (Algeria, Islanda, Irlanda, Liban, Spania); culturi în care întârzierile sunt frecvente (America Latină, Orientul Mijlociu, Africa).

Timpul este deci conceptualizat diferit de la o cultură la alta: pe de o parte, ca un bun ce poate fi folosit, planificat și economisit, iar pe de altă parte, ca un element puțin important comparativ cu evenimentele ce pot apărea sau cu relațiile interumane. Diverse expresii lingvistice indică o percepție mai concretă a timpului (*Timpul înseamnă bani, Am investit timp și bani, Am economisit timp, Am pierdut timpul*) sau mai abstractă (timp global, expresie a infinității universului). Membrii diverselor comunități etnice se raportează la timp în consecință: în Armenia, vizitele durează multe ore, încep după-amiaza și se termină noaptea târziu, chiar spre dimineață, în timp ce în Statele Unite vizitele durează de obicei 2-3 ore, iar unele invitații chiar precizează intervalul de timp alocat unui eveniment de socializare. Folosirea timpului în societate se leagă adeseori de conceptul

de putere: a ține pe cineva la ușă să te aștepte este semnul puterii, al faptului că poți dispune de timpul lui, o formă de subordonare a intereselor celuilalt propriei agende.

O concepție specială asupra timpului apare în Asia: timpul este văzut circular (*apud* Lewis, 2005), toate evenimentele pornind și întorcându-se în același punct, iar și iar; sprijinită de o filosofie a ciclurilor vieții și a reîncarnării, percepția timpului a modelat reacțiile oamenilor. Asiaticii reflectează îndelung înainte de a da un răspuns, evaluând întreaga istorie pe care evenimentul o implică, au sentimentul lucrului prestabilit, al plasării corecte în univers.

5.2.2. Dependența contextuală

Dependența contextuală reprezintă gradul în care membrii diverselor culturi se sprijină în comunicare pe experiențele și expectațiile comune membrilor aceluiași grup.

În culturile cu grad mare de dependență contextuală atenția interactanților se concentrează asupra elementelor din lumea concretă care fac obiectul comunicării. Cunoștințele comune împărtășite de membrii grupului constituie baza unor inferențe și predicții contextuale, astfel încât unele elemente din discurs sunt exprimate indirect sau lăsate neexprimate, subînțelese, recuperate contextual în baza cunoștințelor comune de grup. Semnificația decurge din context (un context multiplu stratificat, incluzând istoria socială, normele sociale, relațiile de rol, contextele situaționale și relaționale care se constituie în cadrul predominant al interacțiunii). Elementele nonverbale joacă un rol important în comunicare. Informația este transmisă prin mecanisme ale implicitei și decodificată pe baza deducțiilor contextuale. Informația se organizează în spirală, accentul cade pe exprimarea emoției, mesajele au grad mic de structurare, conținutul este puțin focalizat, tăcerea este apreciată. Aceasta este tendința culturilor în care accentul se pune pe grup, nu pe individ, relațiile

dintre indivizi sunt în general stabile și de durată, trecutul este considerat superior prezentului, iar indivizii manifestă o relativă rezistență la schimbare. Opoziția *in-grup/out-grup* este evidentă. Culturi cu un grad ridicat de dependență contextuală sunt în special culturile orientale.

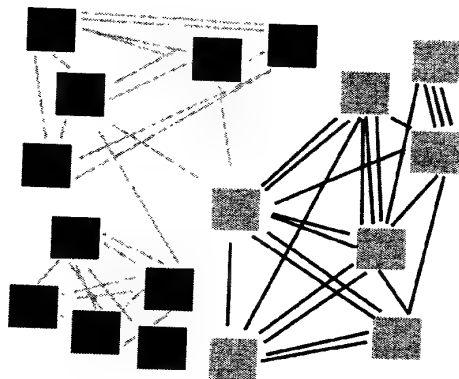


Fig. 15 – *Rețeaua relațiilor sociale în culturile colectiviste*

(Sursa: <http://www.culture-at-work.com/highlow.html>)

În culturile cu grad scăzut de dependență contextuală atenția interacțiunilor se concentrează asupra cuvintelor, ideilor, semnificațiilor. Semnificațiile sunt exprimate în text explicit, nonambiguu și decodificate pe baza informației transmise literal. Sunt valorizate formele directe de comunicare, textul se organizează linear, pe baza argumentelor logice, mesajele au un grad ridicat de structurare, informația este bine focalizată. Elementele non-verbale sunt puțin importante, iar cuvântul joacă un rol decisiv în constituirea relațiilor interpersonale și sociale. În aceste culturi, accentul se pune pe individ, nu pe grup, pe momentul prezent sau pe viitor, nu pe trecut, relațiile dintre oameni sunt superficiale și tranzitorii, indivizii manifestă receptivitate la nou și la schimbare. Granița *in-grup/out-grup* este superficială, ușor de trecut. Aceste tendințe se manifestă în culturile occidentale.

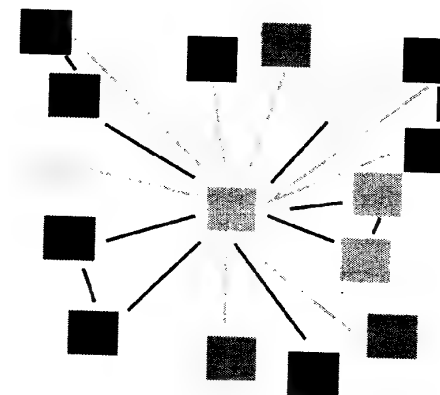


Fig. 16 – *Rețeaua relațiilor sociale în culturile individualiste*

(Sursa: <http://www.culture-at-work.com/highlow.html>)

Pe continuumul dependență mare față de context – dependență mică față de context, câteva dintre culturile lumii se dispun astfel: China, Japonia, Coreea de Sud, țările arabe, America Latină, Italia, Marea Britanie, Franța, America de Nord, o parte din țările scandinave, Germania. De exemplu, limba chineză este, în mod implicit, un sistem puternic dependent de context: pentru a folosi un dicționar al limbii chineze, utilizatorul trebuie să cunoască un număr mare de simboluri, a căror semnificație se schimbă în funcție de combinațiile în care intră. Ceremonia ceaiului la japonezi se bazează pe gesturi extrem de subtile investite cu semnificații importante pentru participanți.

5.3. Modelul lui Geert Hofstede. Parametrii de variație culturală

O influență deosebită asupra studiilor actuale de antropologie culturală, comunicare interculturală, comunicare organizațională o are teoria variației culturale propusă de Geert Hofstede în

1984, dezvoltată în 1997 și 2001. Modelul dimensiunilor de variație culturală, elaborat de Geert Hofstede, include elemente propuse în modelele precursorilor săi în domeniu.

Conform acestei teorii, diferențele dintre culturi pot fi captate prin cinci parametri de variație culturală: individualism/colectivism, masculinitate/femininitate, distanța față de putere, evitarea incertitudinii, orientarea temporală.

Modelul propus de Hofstede este unul „sintetic”, „artificial” (deci nu „natural”), în sensul că absolutizează, din necesități metodologice, unul sau altul dintre polii fiecărei dimensiuni de variație, fără a surprinde interrelaționările dintre aceste dimensiuni. Totuși, modelul este foarte productiv în cercetările actuale, oferind o bază unitară de investigare și comparare a culturilor.

• **Individualism/colectivism.** Această dimensiune captează caracteristicile rețelei sociale, relațiile dintre indivizi, atitudinile individului față de ceilalți, relația dintre identitatea personală și identitatea de grup. Termenii se raportează exclusiv la relațiile din cadrul grupului social, fără nicio conotație politică.

În *culturile individualiste* accentul cade asupra individului, asupra *eu*-ului. Sistemul relațiilor sociale este lax: membrii colectivității se angajează în relații superficiale, puțin durabile, bazate pe avantajul reciproc, se promovează un mod solitar de viață și conceptul de familie restrânsă, spațiul personal este bine protejat, iar necesitatea de intimitate (*privacy*) este foarte puternică. Sunt valorizate competiția și independența individului față de grup: independența de acțiune orientată spre rezolvarea problemelor, independența de gândire și decizie, asumarea răspunderii individuale, exprimarea punctului de vedere, detașarea individului de grup prin unicitate și originalitate. Individul este interesat de satisfacerea nevoilor personale, de autorealizare; primează scopurile personale în fața scopurilor de grup. Inegalitatea dintre membrii grupului este acceptată.

În *culturile colectiviste* accentul cade asupra grupului, asupra colectivului *noi*. Sistemul relațiilor sociale este relativ rigid: are

o organizare internă clară, bine precizată, relațiile dintre membrii societății sunt profunde, de durată, bazate pe loialitate și moralitate, sunt promovate viața în cadrul comunității și conceptul de familie lărgită, acțiunile colective, constituirea spațiului public. Oamenii apreciază cooperarea, binele public, dependența individului față de grup, sincronizarea acțiunilor individuale cu cele ale grupului, conservarea unor relații armonioase în cadrul acestuia, comunitatea de gândire și răspunderea colectivă, conformitatea cu grupul și respectarea normelor de grup. Primează scopul de grup și loialitatea față de acesta, nu atingerea intereselor personale. Este promovată egalitatea între membrii grupului. Rezultatul cercetării desfășurate de G. Hofstede în 1984, incluzând 40 de țări, care au fost evaluate în funcție de locul pe care îl ocupă pe axa individualism/colectivism, arată că cele mai individualiste culturi din lume erau, la acea dată, Statele Unite, Australia, Marea Britanie, Canada, Olanda, iar cele mai colectiviste, Venezuela, Columbia, Pakistan, Peru, Taiwan. Măsurătorile din 1997 arată următorii indici de individualism: Statele Unite – 91, Olanda – 80, Franța – 71, Germania – 67, Rusia – 50, Japonia – 46, Hong Kong – 25, China și Africa de Vest – 20, Indonezia – 14. Aproximativ 70% din populația globului trăiește în societăți preponderent colectiviste. Se observă că majoritatea societăților individualiste sunt țări dezvoltate economic sau situate în Vest, în timp ce gradul de colectivism are un indice ridicat în special în țările mai puțin dezvoltate economic (Japonia este excepția acestei generalizări)¹.

1. Schwartz (1994) și Triandis (1995) corelează dimensiunea individualism/colectivism cu dimensiunea „distanța față de putere” (vezi *infra*) și fac distincție între individualismul pe orizontală (bazat pe egalitate) și colectivismul pe verticală (bazat pe ierarhie), respectiv între individualismul pe orizontală (bazat pe egalitate) și individualismul pe verticală (bazat pe ierarhie). Astfel, Coreea și Filipine prezintă un colectivism pe orizontală, în timp ce națiunile din sudul Europei (vezi proverbul românesc „Capul plecat sabia nu-l taie”) și Japonia (vezi proverbul „Ciocanul bate cuiul care iese în afară”), un

• **Masculinitate/feminitate.** Această dimensiune reflectă valorile dominante în societate: valorile asociate cu masculinitatea, respectiv cu feminitatea, precum și relația dintre cele două sexe în raport cu diverse roluri sociale.

În culturile *masculine* sunt cultivate valori precum puterea, ambiția, asertivitatea, agresivitatea, eroismul, rezolvarea conflictelor prin luptă, obiectele, banii, competiția, succesul, progresul; munca este unul dintre scopurile vieții, sunt conservate funcțiile sociale tradiționale ale celor două sexe (femeile trebuie să fie blânde și capabile de sentimente puternice, să se ocupe de treburile casnice, în timp ce bărbații trebuie să fie duri și ambițioși, să asigure familiei cele necesare traiului, să ocupe poziții de conducere). Sunt apreciate persoanele puternice, inteligente, nu există milă pentru cei slabi, săracii sunt condamnați de societate, standardele estetice se înscriu în sfera lui „mare” și „repede”.

În culturile *feminine* este valorizată egalitatea între sexe, sunt promovate comportamentele androgine și relațiile sociale armonioase, sunt valorizate atribute feminine cum ar fi prietenia, înțelegerea, intuiția, frumusețea, bunătatea, generozitatea, solidaritatea, modestia, egalitatea, compasiunea, emoția; conflictele se rezolvă prin negociere și compromis. Relațiile dintre rolurile sociale ale celor două sexe sunt flexibile: băieții și fetele studiază aceleași materii la școală, femeile și bărbații pot ocupa aceleași poziții în societate, desfășoară aceleași tipuri de activități, își asumă aceleași tipuri de obligații. Oamenii muncesc pentru a

colectivism pe verticală. Individualismul din Statele Unite este structurat pe orizontală, valorizând creativitatea și ieșirea din șablon, în timp ce individualismul din Suedia și Norvegia este structurat pe verticală, valorizând egalitatea membrilor societății. O modalitate diferită de conceptualizare a acestei dimensiuni a fost propusă de Gudykunst, Ting-Toomey și Chua (1988): universalism/particularism; membrii culturilor universaliste tind să aplice aceleași standarde de evaluare și interpretare în relație cu toți membrii societății, în timp ce membrii culturilor particulariste tind să-și adapteze standardele de evaluare și interpretare în funcție de situațiile concrete de interacțiune.

trăi, sunt dispuși să-i ajute pe cei săraci, idealul societății este bunăstarea, iar protejarea mediului, o prioritate.

Conform studiului efectuat de Hofstede în 1984, următoarele țări se numărau printre cele mai „masculine”: Japonia, Australia, Venezuela, Italia, Elveția; următoarele țări ocupau primele locuri printre cele „feminine”: Suedia, Norvegia, Olanda, Danemarca, Finlanda. Măsurătorile din 1997 arată următorii indici de masculinitate: Japonia – 95, Germania – 66, SUA – 62, Hong Kong – 57, China – 50, Indonezia și Africa de Vest – 46, Franța – 43, Rusia – 40. Se observă că gradul de masculinitate este ridicat în Japonia și în unele țări europene ca Germania, Austria, Elveția, moderat în țările anglo-saxone, relativ scăzut în unele țări latine și în Asia, scăzut în țările nordice și în Olanda.

• **Distanța față de putere.** Acest parametru măsoară felul în care indivizii aflați în poziții ierarhice inferioare percep distanța la care se situează față de putere¹.

În culturile în care *distanța față de putere este mare*, indivizii consideră că puterea și autoritatea sunt prestabilite, predeterminate, acceptă ierarhia socială și inegalitatea; respectă statutul și rangul; acceptă subordonarea (și, de pildă, ideea că subordonații nu iau parte la decizii). Cu cât distanța față de putere este mai mare, cu atât posibilitățile individului de a urca pe scara socială sunt mai limitate. Cei care dețin puterea își asumă

1. O dimensiune identificată de Trompenaars (1993) completează dimensiunea prezentată de Hofstede, și anume: statut conferit (engl. *ascription*) vs statut obținut (engl. *achievement*). În prima categorie intră societățile în care sexul, descendența, vârsta, poziția socială conferă individului statut; în a doua categorie intră societățile în care statutul se câștigă prin eforturi personale. În primul tip de societăți (dominate de valorile confucianismului), individul se definește prin poziția ocupată în cadrul grupului, iar în al doilea tip de societăți individul se definește prin realizările sale (în Europa Centrală și de Nord, în Statele Unite).

responsabilitățile ce le revin în respectiva poziție, își supra-veghează îndeaproape subordonații, au tendința de a se diferenția de ceilalți prin privilegii, însemne, atitudini, mod de a vorbi, elitismul este o normă de comportament. Indivizii își dobândesc statutul în societate în virtutea a ceea ce „sunt” (descendență familială, vârstă, afiliere la anumite grupuri sociale, relații, educație, titlu); de aceea, indiferent de ceea ce fac, nu își pierd statutul, ci eventual doar respectul celorlalți pentru că nu și-au valorificat la maximum potențialul. Printre comportamentele tipice societăților în care distanța față de putere este mare se numără: subordonații nu pun în discuție deciziile șefilor, elevii evită să pună întrebări profesorilor, copiii manifestă obediență și respect față de părinți, ideile originale și libertatea de gândire sunt descurajate sau sancționate, diferențele de salarii între șefi și subalterni sunt foarte mari, comunicarea dintre superiori și inferiori are un caracter formal, stilul de conducere în instituții este autoritar și paternalist. Inegalitatea este statuată prin doctrinele economice (ierarhie, stratificare), politice (oligarhie, autocrație, schimbarea sistemului prin revoluție) și religioase (supunere, contemplare).

În culturile în care *distanța față de putere este mică*, indivizii consideră ierarhia o structură care asigură buna funcționare a societății și conștientizează posibilitatea de a accede în poziții de putere prin merite personale, ca și posibilitatea de a contesta deciziile șefilor, dacă acestea sunt proaste; persoanele aflate la putere minimizează inegalitatea socială, promovează relații de egalitate cu inferiorii, încurajează și răsplătesc inițiativa inferiorilor. Indivizii își dobândesc statutul social în virtutea a ceea ce „fac” (realizări personale, succese, merite) și trebuie să acționeze în permanență pentru a nu-și pierde statutul; copiii sunt tratați în cadrul familiei de pe poziții de egalitate, elevii discută cu profesorii și pun întrebări, sunt apreciate și promovate ideile originale și libertatea de gândire, salariile nu reflectă ierarhia, ci importanța activității unui individ, comunicarea dintre superiori și inferiori are caracter informal, stilul de conducere în instituții este democratic,

bazat pe consultări cu toți membrii instituției. Egalitatea este statuată prin doctrinele economice (rolul angajatului în construirea bunăstării), politice (pluralism, democrație, evoluție) și religioase (faptele, bune sau rele, sunt judecate drept de către o instanță supremă, indiferent de statutul social al omului).

Conform studiului efectuat de Hofstede în 1984, următoarele țări preferau distanțe mari față de putere: Filipine, Mexic, Venezuela, India, fosta Iugoslavie. Distanțe mici față de putere se înregistrau în: Austria, Israel, Danemarca, Noua Zeelandă, Irlanda. Măsurătorile din 1997 arată următorii indici privind distanța față de putere: Rusia – 95, China – 80, Indonezia – 78, Africa de Vest – 77, Franța și Hong Kong – 68, Japonia – 54, SUA – 40, Olanda – 38, Germania – 35. Se observă că indicele distanței față de putere este mare în țările latine, asiatice și africane și mici în țările germanice.

• **Evitarea incertitudinii.** Acest parametru măsoară gradul în care oamenii dintr-o societate sunt afectați de situații pe care le percep ca nesigure, neclare, nestructurate, riscante și doresc să le evite printr-un sistem clar de reguli sau, dimpotrivă, le pot gestiona fără un nivel ridicat de stres. Vom distinge deci la un capăt al axei societăți în care nivelul evitării incertitudinii este ridicat, iar la celălalt capăt, societăți în care nivelul evitării incertitudinii este scăzut.

Culturile care tind să *evite incertitudinea* consideră necunoscutele vieții de zi cu zi o amenințare, așa încât încearcă să o reducă. Oamenii gândesc: „Ce e diferit, e periculos” (Hofstede, 1984, p. 119). Există printre membrii societății un nivel ridicat de stres și un sentiment de anxietate. Aceste culturi se caracterizează prin: stabilitate socială, tendința de structurare a activităților sociale printr-un sistem rigid de reguli formale a căror nerespectare este sancționată, comportament rațional și interiorizarea emoției, evitarea riscului, a ambiguității, a hazardului, a conflictului, a necunoscutului, planificare riguroasă, respectarea ceremoniilor tradiționale, rigiditate și dogmatism, conservatorism și rezistență

la schimbare, respingerea ideilor deviate de la normă, intoleranță, precizie și punctualitate, preocupare specială pentru consens social și nevoia accentuată de securitate și afiliere la grup, tabuuri numeroase, impuse în special copiilor, preferința pentru teorii grandioase și generale, xenofobie, naționalism, extremism, fundamentalism. În plan filosofic și religios, aceste societăți cred în adevărul suprem, absolut.

Culturile care *acceptă incertitudinea* o consideră ca o trăsătură inerentă a vieții de zi cu zi; de aceea, nivelul stresului este scăzut și predomină un sentiment de confort psihic. Ele se caracterizează prin: ritm rapid al schimbărilor sociale, acceptarea riscului și a nesiguranței, a noutății privity cu curiozitate, sistem lax de reguli ce pot fi ușor schimbate dacă se dovedesc nefuncționale, inițiativa personală și ideile deviate de la normă, flexibilitate și adaptabilitate, toleranță, atitudine relaxată față de timp, munca văzută ca o necesitate, dar, în același timp, leneveala acceptată ca plăcută, regionalism, internaționalism, relativism, empirism. Oamenii gândesc: „Tot ce este astfel stămește curiozitate” (Hofstede, 1984, p. 119).

Conform studiului efectuat de Hofstede în 1984, următoarele țări evită incertitudinea: Grecia, Portugalia, Belgia, Japonia, fosta Iugoslavie; Singapore, Danemarca, Suedia, Hong Kong, Irlanda acceptă incertitudinea. Măsurătorile din 1997 arată următorii indici de evitare a incertitudinii: Japonia – 92, Rusia – 90, Franța – 86, Germania – 65, Africa de Vest – 54, Olanda – 53, Indonezia – 48, SUA – 46, Hong Kong – 29. Se observă că indicii de evitare a incertitudinii sunt ridicați în țările latine, în Japonia și în țările de limbă germană, dar scăzuți în țările anglo-saxone, nordice și în China. De asemenea, Hofstede (1984) observa că țările în care gradul de evitare a incertitudinii este ridicat sunt mai ales cele catolice, în timp ce țările în care gradul de evitare a incertitudinii este scăzut sunt mai ales protestante, hinduse, budiste. S-a observat că locuitorii din nordul Statelor Unite tolerează mai ușor ambiguitatea decât cei din sud.

• **Orientarea temporală.** Parametrul, numit și *dinamism confucianist*, descrie „orizontul de timp” al societății și reflectă modul în care societatea conceptualizează virtutea în raport cu adevărul. Pe baza acestei dimensiuni de variație, se face distincție între societăți cu orientare pe termen lung și societăți cu orientare pe termen scurt.

În culturile cu *orientare pe termen lung* sunt valorizate austeritatea, parcimonia, perseverența. Aceste societăți sunt orientate spre viitor. Sunt societăți monocronice, în care oamenii își planifică atent activitățile și se angajează într-o singură activitate la un moment dat; nivelul de concentrare în îndeplinirea activităților este ridicat.

În culturile cu *orientare pe termen scurt* sunt valorizate respectul pentru tradiție, sentimentul obligației sociale, tendința de protejare a imaginii personale. Aceste societăți sunt orientate spre trecut sau spre prezent. Sunt societăți policronice, în care oamenii tind să se angajeze în mai multe activități deodată; nivelul de concentrare pe fiecare activitate este relativ scăzut.

China, Hong Kong, Taiwan, Japonia, Coreea de Sud, India sunt culturi cu orientare pe termen lung; țările musulmane, țările africane, Marea Britanie, Statele Unite, Pakistan sunt culturi cu orientare pe termen scurt. Un indice mediu al orientării temporale au Olanda, țările nordice, Franța, Germania.

* *
*

Corelațiile preferențiale stabilite între parametrii de variație culturală sunt următoarele: individualism/colectivism – masculinitate/feminitate; distanța față de putere – evitarea incertitudinii. Din prima corelație au rezultat următoarele date: culturi individualiste masculine sunt Statele Unite, țările anglo-saxone, culturile germanice, Italia, Ungaria, Polonia, Cehia; culturi individualiste feminine sunt țările nordice, Olanda, Franța, Malta; culturi colectiviste masculine sunt Grecia, țările arabe, Mexic,

Venezuela, China, Japonia; culturi colectiviste feminine sunt Portugalia, Spania, Rusia, Bulgaria, Costa Rica, Chile, Thailanda, Coreea. Din a doua corelație au rezultat următoarele date: țările nordice, țările anglo-saxone, Statele Unite, Olanda se caracterizează prin distanță mică față de putere și nivel scăzut de evitare a incertitudinii, în timp ce țările germanice, Ungaria, Israel se caracterizează prin distanță mică față de putere și nivel ridicat de evitare a incertitudinii; China și India prezintă distanță mare față de putere și nivel scăzut de evitare a incertitudinii, în timp ce țările latine, țările musulmane, Japonia, Coreea, țările din Europa de Est prezintă distanță mare față de putere și nivel ridicat de evitare a incertitudinii.

O grupare a țărilor în funcție de variația culturală poate crea o imagine sintetică generală a culturilor lumii, chiar dacă există variații uneori semnificative în cadrul unui grup (*apud* Ronen, 1986):

Grupul de țări	Individualism/ Colectivism	Feminitate /Masculinitate	Distanța față de putere	Evitarea incertitudinii
Țările nordice	2	6	6	6
Țările germanice	4	1	5	3
Țările anglo-saxone	1	2	4	5
Europa latină	3	5	3	1
America Latină	6	3	2	2
Orientul îndepărtat	5	4	1	4

O privire globală asupra valorilor înregistrate de diferite culturi la fiecare dintre cei cinci parametri îl conduce pe Geert Hofstede la următoarea afirmație:

O grupare a valorilor înregistrate pentru diferite țări poate da indicii în legătură cu rădăcinile diferențelor culturale. Acestea ar trebui căutate în istoria comună a țărilor cu valori similare (pentru cele cinci dimensiuni). Toate țările latine, de exemplu, înregistrează valori ridicate pe axa distanței față de putere și a evitării incertitudinii. Țările latine (în care astăzi se vorbește o limbă romanică, de pildă spaniola, portugheza, franceza, italiana) au moștenit cel puțin o parte a civilizației lor de la Imperiul Roman, caracterizat în epocă prin existența unei autorități centrale la Roma și un sistem de legi aplicabile cetățenilor de pretutindeni. Acest fapt a sădit în mintea cetățenilor un complex de valori pe care îl regăsim și azi în aceste țări: centralizarea a promovat distanța mare față de putere, iar rolul crescut al legii a promovat tendința puternică de evitare a incertitudinii. În Imperiul Chinez a existat, de asemenea, un sistem centralizat, dar fără un sistem fix de legi: era guvernat mai degrabă de oameni decât de legi. În țările care au aparținut cândva Imperiului Chinez, mentalitatea promovată în trecut se reflectă azi în distanța mare față de putere, dar cu o tendință medie-mică de evitare a incertitudinii. Partea germanică a Europei, inclusiv Marea Britanie, nu a reușit niciodată să instaureze o autoritate centrală comună de durată, astfel încât țările care au moștenit această civilizație prezintă o distanță față de putere relativ redusă. Asumsiile privind rădăcinile istorice ale diferențelor culturale sunt de natură speculativă, dar, în exemplele date aici, sunt plauzibile. În alte cazuri, rămân ascunse în evenimentele derulate în istorie (<http://feweb.uvt.nl/center/hofstede/page3.htm>).

Prezentarea schematică a dimensiunilor de variație culturală necesită unele precizări.

Dimensiunile de variație culturală formează un continuum: la extremități se plasează individualismul/colectivismul, masculinitatea/feminitatea, distanța mare/mică față de putere, gradul ridicat/scăzut de evitare a incertitudinii; de-a lungul continuumului, diversele culturi se plasează în diferite puncte, conform indicelui rezultat din măsurătorile sociometrice.

În același timp, în toate culturile există tendințe spre individualism și colectivism, spre masculinitate și feminitate, situații

în care distanța față de putere și gradul de evitare a incertitudinii sunt mai mari sau mai mici (Triandis, 1995).

Caracterizarea unei culturi ca individualistă/colectivistă, masculină/feminină etc. nu are valoarea unui „diagnostic precis”, ci este un cadru general de înțelegere și interpretare a unor comportamente observabile în societate. Mai utilă decât caracterizarea unei culturi este comparația dintre două culturi, care permite observarea unor diferențe mai mari (complementaritate) sau mai mici (similitudine) între acestea. În orice caz, dimensiunile de variație culturală trebuie interpretate ca generalizări care permit predicții asupra comportamentelor sociale și individuale și care formează bazele explicării unitare a diferențelor observate în comportamentul indivizilor proveniți din diverse culturi.

O cultură se manifestă ca o sumă de patternuri culturale, importante în diferite grade pentru ansamblu; interacțiunea dintre ele este complexă, iar formele posibile de manifestare sunt, în consecință, variate. Aspecte specifice ale unei culturi pot fi rezultatul nu doar al unei dimensiuni, ci al interacțiunii dintre două-trei dimensiuni de variație culturală. De exemplu, modul în care vorbitorii au tendința de a interacționa cu străinii se plasează la intersecția specifică dintre două axe: individualism/colectivism și evitarea incertitudinii. Astfel, membrii culturilor colectiviste se simt mai nesiguri când interacționează cu persoane din afara grupului, în timp ce membrii culturilor individualiste nu fac această diferență.

În caracterizarea unei culturi de-a lungul unei axe de variație culturală trebuie avută în vedere valoarea funcțională a trăsăturii identificate, modul în care societatea respectivă investește cu valoare un anumit stimul. De exemplu, asertivitatea (abilitatea individului de a-și formula clar un punct de vedere distinct, fără a-l leza însă pe interlocutor – engl. *assertiveness*) este valorizată pozitiv în Statele Unite, dar negativ în culturile orientale, unde sunt apreciate supunerea, modestia, reținerea. Tracul (emoția pe care o are individul pus în situația de a se manifesta public, de exemplu în cadrul unui discurs – engl. *apprehension*) este

interpretat negativ în Statele Unite, dar pozitiv în cultura chineză. Și, în ciuda posibilității de echivalare a unor concepte dintr-o cultură în alta, se pare că unele rămân totuși specifice unei culturi date: *assertiveness* și *apprehension* sunt funcționale în cultura americană, în timp ce *amae*, *sasshi*, *ishin*, *denshin*, doar în cultura japoneză.

Caracterizarea generală aplicată unei societăți trebuie văzută ca tendință în cadrul societății, deci nu identică pentru fiecare individ în parte, care, mai mult decât o sumă de trăsături specifice culturii, este, în proporții diferite, produsul unor factori complecși, care ar putea fi subsumați educației, și al personalității.

Pe fondul unor trăsături culturale comune apar variații de la o regiune la alta a unei culturi, de la un grup la altul de indivizi, de la o subcultură la alta, ceea ce determină o relație specială a acestora cu ansamblul cultural în care se integrează.

Între patternurile culturale există aparente contradicții, care au însă o coerență internă în cadrul sistemului respectiv. De pildă, în Statele Unite valorile individualismului (accentuarea eului și a intereselor individuale) intră în contradicție cu valorile umanismului (generozitatea, ajutarea săracilor, sprijinirea țărilor în curs de dezvoltare); în China confucianistă sau budistă, valorizarea armoniei sociale intră în contradicție cu diferențele mari înregistrate între membrii diverselor clase sociale/aste.

Patternurile culturale se pot modifica în timp, fie ca urmare a evoluției interne a sistemului, fie ca urmare a influențelor externe; deci valorile măsurate pentru o dimensiune culturală pot varia în timp.

Diferențele dintre culturi nu sunt întâmplătoare, ci motivate, în proporții diferite, de factori geografici, istorici, religioși, economici, sociali, politici etc.

1. Eibel-Eibesfeldt scria : „Omul este descris drept o ființă culturală, deoarece controlul impulsurilor înnăscute se realizează cu precădere

sunt trăite și exprimate, de antecedentele care le declanșează. De exemplu: în societățile individualiste, în care individul se percepe ca unic și autonom, emoția este conceptualizată ca o experiență personală, subiectivă (în aceeași situație, indivizi diferiți pot trăi emoții diferite), în schimb, în societățile colectiviste, unde individul se percepe ca parte a grupului, fiind preocupat de relația cu ceilalți, emoția este conceptualizată ca experiență de grup obiectivă rezultată din relațiile constituite în cadrul grupului (deci se presupune că în situații similare toți indivizii vor trăi aceeași emoție), individul având tendința de co-orientare emoțională cu grupul; într-o societate colectivistă cum este Turcia, educația universitară generează mândria individului care reușește să ofere satisfacție familiei sale, în timp ce într-o societate individualistă ca Olanda, educația universitară conduce la sentimentul satisfacției personale; verbalizarea emoției joacă un rol important în societățile individualiste (*express yourself*), în timp ce în societățile colectiviste emoțiile (negative sau pozitive) sunt considerate amenințări la adresa armoniei de grup, așa încât trebuie reținute, neîmpărtășite, neverbalizate, mascate (de exemplu, prin zâmbet, în cultura japoneză); în societățile individualiste occidentale și în Statele Unite pare să existe un ideal emoțional al individului (fericirea), în timp ce în societățile colectiviste nu par să existe „reguli” sociale în domeniul emoției; automonitorizarea și autocunoașterea (inclusiv în termeni emoționali) reprezintă un scop al educației în societățile occidentale, dar nu și în cele orientale; în societățile individualiste emoțiile negative sunt percepute mai intens, în timp ce în societățile colectiviste sunt percepute mai intens emoțiile pozitive; aceeași emoție, rușinea, de pildă, are efecte negative asupra indivizilor din Olanda (care, trăind această emoție, se retrag, preocupați de propria stare interioară), dar efecte pozitive asupra celor din Filipine (care, dimpotrivă, acționează pentru a redresa relația

prin intermediul tiparelor culturale [...]. Eschimosul își reorientează impulsurile agresive sau sexuale prin alte modalități decât un massai sau un locuitor dintr-un oraș modern” (*apud* Terzea-Ofrim, 2002, p. 10).

compromisă); aceeași emoție, mândria, de exemplu, este considerată pozitivă în Statele Unite, dar negativă în India, iar dragostea este o emoție integral pozitivă în culturile occidentale, dar mai degrabă apropiată de emoțiile negative în cultura chineză; membrii culturilor cu grad de evitare a incertitudinii ridicat tind să-și exprime emoțiile într-o măsură mai mare decât membrii culturilor în care gradul de evitare a incertitudinii este mai mic; nivelul de anxietate este mai ridicat în culturile cu grad ridicat de evitare a incertitudinii, iar disponibilitatea de asumare a riscului este mai mare în culturile cu grad scăzut de evitare a incertitudinii; chinezii sunt mai puțin expresivi în manifestarea emoțiilor decât americanii sau japonezii; în educarea copiilor, mamele din Statele Unite, ca și cele din Japonia, evită să exprime emoții negative în fața copiilor. Variația culturală în domeniul cuvintelor care exprimă emoții reflectă diferențe de natură socio-psihologică (vezi capitolul I, „Emoția”).

Totuși, dintre numeroasele emoții identificate, șapte sunt considerate în mod curent emoții universale: furia, dezgustul, teama, bucuria, tristețea, surpriza, disprețul (Ekman, 1973a; Ekman *et al.*, 1987).



Fig. 18 – Expresiile faciale ale emoțiilor universale

(Sursa: www.images.encarta.msn.com/.../pho/t629/T629002A.jpg)

Aceste emoții sunt considerate universale deoarece se manifestă prin aceleași expresii faciale și sunt recunoscute ca atare de către toți indivizii, sunt percepute și evaluate subiectiv în mod similar de membrii tuturor culturilor, cunosc aceleași mijloace de mascare. Mai mult chiar, se manifestă în condiții similare la primatelor nonumane.

O reprezentare interesantă a prototipurilor emoționale în termenii scripturilor culturale propune Anna Wierzbicka (1997, p. 436):

TRISTEȚE

X simte ceva

Uneori cineva gândește ceva de felul acesta:

Ceva rău s-a întâmplat,

Aș fi vrut să nu se întâmple

De aceea aș fi vrut să fac ceva, dacă aș fi putut,

Dar nu pot să fac nimic;

Din acest motiv această persoană simte ceva rău.

Chiar și aceste emoții, deși universale, sunt supuse variației culturale. Reguli de etalare a emoțiilor, învățate la vârste foarte fragede, modifică expresia acestor emoții: antecedente, intensitate, manifestări concrete, percepții subiective. De exemplu, furia este declanșată de injustiția socială doar în societățile în care distanța față de putere este mică, nu și în societățile cu distanța mare față de putere; frecvent în Statele Unite, dar mai rar în Japonia, bucuria este provocată de realizări ale membrilor familiei sau de realizări personale în plan social; tristețea este prilejuită de relațiile dintre indivizi rareori în Statele Unite, dar frecvent în Japonia; teama generată de relațiile interumane este frecventă în Japonia, puțin frecventă în Statele Unite; intensitatea emoției (perioada de timp cât este trăită o emoție) pare mai mare în Statele Unite, în timp ce în Japonia emoțiile par mai superficiale, de scurtă durată; americanii au tendința de a căuta și înțelege cauzele emoțiilor pe care le trăiesc, în timp ce japonezii

manifestă pasivitate în fața trăirilor interioare; verbalizarea emoției este semnificativă în Statele Unite, neimportantă în Japonia; furia este generată de nedreptatea socială doar în societățile în care distanța față de putere este mică, nu și în țările cu distanță mare față de putere.

În concluzie, emoțiile joacă un rol decisiv în strategiile acționale și lingvistice la care recurg indivizii pentru rezolvarea problemelor survenite în cadrul interacțiunii sociale.

7. Identitatea culturală

Termenul *identitate* se folosește generic, în sociologie și în psihologie, pentru a desemna modul în care individul se conceptualizează pe sine ca entitate distinctă, împărtășind trăsături comune cu membrii unui grup, dar și diferențiatorie în raport cu aceștia, chiar unice. Identitatea îi oferă individului cadrul general de interpretare a stimulilor primiți din mediu, explică expectațiile și motivațiile pentru acțiunile, gândurile, sentimentele sale. Este rezultatul interacțiunilor complexe dintre identitatea personală (identitatea construită de individ în raport cu propriul ideal și prin interacțiunea cu ceilalți) și identitatea de grup (identitatea socială).

Identitatea culturală este identitatea împărtășită de membrii aceleiași culturi. Este un caz particular, dar cel mai complex, al identității sociale. Identitatea culturală rezultă din interacțiunea complexă a identității personale cu identitatea de grup. Grupul social relevant îl reprezintă grupul relativ larg format din membrii aceleiași culturi, adică din indivizi care împărtășesc aceleași credințe, obiceiuri, valori, sisteme de simbolizare etc. (vezi *supra*, II.1, 2, 5-6). Elementele fundamentale ale identității culturale sunt: religia, istoria (vezi *supra*, II.4) și limba (vezi *infra*, capitolul III). Identitatea culturală este identitatea supraordonată

care configurează și, totodată, rezultă din identitatea personală și identitatea de grup a individului.

7.1. Identitatea personală

Identitatea personală (engl. *self-identity*, *self-concept*, *personal identity*) este suma tuturor cunoștințelor și percepțiilor despre sine ale unei persoane, incluzând attribute (caracteristici) fizice, psihice, sociale modelate de atitudinile, obiceiurile, credințele, ideile persoanei respective. Părți importante ale identității personale, fără a se confunda cu aceasta, sunt imaginea de sine, respectul de sine și conștiința de sine. *Imaginea de sine* este imaginea mentală pe care un individ o are despre sine în legătură cu trăsăturile lui obiective (înălțime, greutate, sex, culoarea părului, timbrul vocii, coeficient de inteligență, capacitate de gestionare a emoției etc.) sau cu imaginea pe care și-a format-o despre sine prin interacțiune socială (un foarte bun sportiv, cel mai rapid alergător, om cu simțul umorului, impulsiv etc.) și în urma internalizării unor caracterizări făcute de cei cu care a interacționat (un foarte bun orator, o persoană cu un scris foarte frumos, o persoană de încredere, o persoană de obicei puțin luată în seamă de colegi etc.). *Respectul de sine* (engl. *self-esteem*) reprezintă percepțiile personale subiective ale individului în legătură cu importanța/valoarea cu care se autoîvestește. Autocunoașterea exprimă preocuparea de sine a individului, capacitatea lui de a se autoevalua și automonitoriza. Identitatea personală este rezultatul activităților reflexive ale individului, precum și al activităților sale interacționale.

Identitatea personală este o sumă a unor identități parțiale, activate în funcție de context: într-un concurs de frumusețe se activează identitatea care strânge la un loc elementele de natură fizică și estetice, într-un concurs de cunoștințe generale este activată identitatea ce însumează percepțiile legate de coeficientul

de inteligență, cunoștințe, spontaneitate, viteză de reacție, capacități de verbalizare, gestionarea emoției etc.

7.2. Identitatea socială

Identitatea socială desemnează conștiința individului de apartenență la diverse grupuri: grupuri de vârstă, rasiale, lingvistice, organizații, echipe sportive, grupuri profesionale și de interese, grupări religioase etc. Un individ face parte simultan din mai multe grupuri, cu care se identifică, și este identificat în grade diferite și în funcție de contextul de interacțiune. La serviciu, individul se identifică cu grupul său profesional și cu organizația/corporația din care face parte, pe terenul de tenis – cu grupul jucătorilor de tenis, la biserică – cu gruparea religioasă la care este afiliat etc. În activarea unei identități, celelalte sunt estompate în diverse grade, existând însă ca fundal. Toate aceste identități parțiale interacționează, firește, construind identitatea socială complexă a unui individ.

Tajfel și Turner (1986) identifică trei elemente care explică, pe baze sociologice și psihologice, comportamentele de grup: categorizarea, identificarea, comparația.

a) *Categorizarea* este procesul de ordonare de către individ a stimulilor veniți din mediu, prin gruparea lor într-o manieră semnificativă, astfel încât percepțiile individuale să capete semnificație. Altfel spus, este procesul prin care un individ

- Există trei teorii principale privind categorizarea, modul în care indivizii includ obiecte în aceeași categorie sau în categorii distincte: 1) *teoria clasică*, fundamentată de Platon și Aristotel, conform căreia obiectele sunt incluse în categorii bine definite și delimitate pe baza asemănărilor, adică a genului proxim și a diferenței specifice; 2) *teoria grupării conceptuale* (engl. *conceptual clustering*), elaborată la începutul anilor '80, explicând felul în care mintea

este inclus/se include într-un grup¹. Autorii disting între indivizi care au tendință spre categorizări largi (engl. *wide categorizers*) și indivizi care au tendință spre categorizări restrânse (engl. *narrow categorizers*). Indivizii din prima serie sunt predispuși să includă stimulii discrepanți în aceeași categorie, să construiască cel mai adeseori categorii laxă, acceptând relativ ușor comportamentele deviate de la normă, să propună interpretări multiple pentru același stimul, evitând stereotipurile și punând accentul pe strategii holiste de interpretare și pe activități de sinteză, să traseze granițe flexibile între membrii grupului și indivizii din afara lui. Indivizii cu tendință spre categorizări restrânse sunt predispuși să includă stimulii discrepanți în categorii distincte, să construiască cel mai adeseori categorii rigide, acceptând greu comportamentele deviate de la normă, să producă interpretări rigide ale fenomenelor punând accentul pe detaliu și raționamente analitice, să mențină granițe rigide între membrii grupului (engl. *ingroup*) și persoanele din afara lui (engl. *outgroup*), să se bazeze pe stereotipuri rigide și să construiască atribute (caracterizări) negative pentru cei din afara grupului.

- b) *Identificarea* este procesul psihologic prin care individul se include într-un anumit grup ca formă de sporire a stimei de sine. Individul tinde să se asocieze grupurilor pe care le percepe pozitiv.

omului își reprezintă cunoștințele: entitățile sunt clasificate în baza asemănărilor rezultate din descrierile conceptuale aplicate unor entități, care se pot regăsi simultan în mai multe clase (engl. *fuzzy sets*); 3) *teoria prototipului* (E. Rosch, G. Lakoff, R. Martin), conform căreia în centrul categoriei se află entitatea percepută a fi cea mai reprezentativă pentru categoria respectivă, în raport cu care celelalte elemente sunt mai puțin prototipice, adică situate la diferite distanțe față de centru. Această ultimă teorie aduce în discuție subiectivitatea culturală a categorizării, în sensul că membrii diverselor culturi categorizează în mod diferit aceeași entitate.

- c) Pentru *comparație*, indivizii observă două sau mai multe grupuri diferite, având tendința de a interpreta favorabil grupul de care aparțin. Compararea credințelor, obiceiurilor, valorilor, acțiunilor duce la evaluarea grupului și la definirea propriei identități.

Indivizii au identitate multiplă, complexă și variabilă. Multiplă, deoarece, în funcție de contextul de interacțiune, individul activează una sau alta dintre identitățile personale și se identifică cu unul sau altul dintre grupurile din care face parte. Complexă, deoarece se construiește din interacțiunea situațională a identităților personale și a celor sociale. Variabilă, deoarece identitatea (ca reprezentare simbolică a identităților) nu este un element constant, ci unul emergent, în continuă modificare, negociabil, odată cu integrarea de noi experiențe (pozitive sau negative) în sistemul individual de valori și percepții, odată cu implicarea în activități din medii sociale diverse, odată cu modificările survenite în mediul de interacțiune etc. Pe continuumul dintre polul identităților personale și cel al identităților de grup, individul interacționează pe baze interpersonale, respectiv pe baza poziției de grup, adică a poziției ocupate într-un grup determinat. S-a observat că, odată cu evoluția relației, indivizii par să-și abandoneze identitatea culturală în favoarea identității personale. Deși prezentă, identitatea culturală nu mai este relevantă în stadiile avansate ale relațiilor interpersonale.

Zimmerman (1998, *apud* Gudykunst, 2003) distinge trei tipuri de identități care însoțesc orice persoană: identitatea transportabilă, esența unei ființe, pe care un individ o duce, o „transportă” cu el în toate situațiile de interacțiune; identitatea situațională, activată în funcție de contextul de interacțiune; identitatea discursivă, construită local prin modul de a vorbi al persoanei. Construirea identităților este un proces subiectiv și emergent, rezultatul interacțiunii complexe dintre context, individ și grup.

Construirea identității este legată direct de alte două procese: *cunoașterea socială și construirea atributelor*.

Cunoașterea socială (Fiske, Taylor, 1984) este capacitatea indivizilor de a se înscrie într-un sistem de relații sociale dobândind și procesând informații despre ceilalți pe baza unor scheme cognitive. În opinia autorilor citați, aceste scheme cognitive sunt:

- (i) *schema cunoașterii personale* – înțelegerea trăsăturilor și a scopurilor individuale care influențează comportamentele sociale ale persoanei, ale indivizilor particulari;
- (ii) *schema cunoașterii evenimentiale* – cunoștințele împărtășite ale membrilor societății privind procedurile adoptate în ocazii și la evenimente sociale particulare;
- (iii) *schema cunoașterii procedurale* – cunoștințele indivizilor privind regulile de procesare a informației prin punerea în relație specifică a diversilor itemi de informație;
- (iv) *schema cunoașterii de sine* – automonitorizarea stării psihologice a individului care îl ghidează pe acesta în procesarea informației, în integrarea stimulilor noi în sistemul experiențelor deja dobândite; rezultă din interacțiunea identității personale cu identitatea socială a individului;
- (v) *schema cunoașterii rolurilor sociale* – acel complex de elemente care sprijină structurarea percepțiilor și răspunsul la stimuli pe baza unor cunoștințe anterioare; un loc important îl joacă stereotipurile.

Teoria atribuirii (Heider, 1982) explică procesul prin care indivizii construiesc, elaborează atribute, adică explicații în legătură cu cauzele care au produs un eveniment. La baza elaborării acestor atribute, adică a găsirii explicațiilor, stă un proces inferențial (o serie de deducții), expresia spiritului științific al oricărui individ de a găsi explicații pentru fenomenele din lumea înconjurătoare. Deducțiile pe care le face individul despre cauzele care au produs un eveniment se plasează pe trei dimensiuni general umane: intern/extern, controlabil/incontrolabil, stabil/instabil. Pe prima dimensiune, motivația internă pune producerea unui eveniment pe seama unor agenți interni individului (*E numai*

vina mea !), iar motivația externă, pe seama unor factori exteriori individului (*Dracu' m-a pus* !). Pe cea de a doua dimensiune, oamenii consideră că evenimentul a fost produs de factori incontrolabili, care nu stau în puterea individului (*N-am avut ce face* !), care nu pot fi modificați de către acesta, sau de factori controlabili, asupra cărora individul poate acționa (*A stat în puterile mele să...* !). Pe cea de a treia dimensiune, oamenii apreciază că evenimentul a fost produs de factori stabili, care nu se schimbă situațional și care produc același efect ori de câte ori acționează (*Așa e de când lumea și pământul* !), sau de factori instabili, care se schimbă situațional și produc efecte diferite de la o situație la alta (*N-am fost pe fază de data asta* !). La o întrebare de tipul *Cum vă explicați victoria echipei de fotbal a României în fața echipei...* ?, se pot imagina diverse răspunsuri, care reflectă plasarea cauzelor pe cele trei axe (exemplu preluat din Mihăilescu, 2000):

- *Sportivii sunt foarte buni, sunt bine antrenați.* (cauză internă, controlabilă, stabilă)
- *Sportivii s-au antrenat mult pentru acest meci.* (cauză internă, controlabilă, instabilă)
- *Sportivii sunt foarte talentați.* (cauză internă, incontrolabilă, stabilă)
- *Sportivii au fost în formă.* (cauză internă, incontrolabilă, instabilă)
- *Sportivii au un antrenor foarte bun.* (cauză externă, controlabilă, stabilă)
- *Echipa adversă este slabă.* (cauză externă, incontrolabilă, stabilă)
- *Sportivii au profitat de vreme.* (cauză externă, incontrolabilă, instabilă)
- *Echipa României a avut noroc.* (cauză externă, incontrolabilă, instabilă)

S-a constatat că membrii culturilor individualiste au încredere limitată în elaborarea atributelor, în timp ce membrii culturilor

colectiviste se bazează în mod decisiv pe atributele construite în legătură cu membrii grupului; că în culturile individualiste există tendința elaborării unor atribute interne, în timp ce în culturile colectiviste există tendința elaborării unor atribute externe. S-a constatat, de asemenea, că procesul atribuirii joacă un rol limitat în comunicarea interculturală (comunicarea dintre membrii unor culturi diferite), deoarece indivizii percep interlocutorul ca imprecizabil. În ceea ce îi privește pe români, Vintilă Mihăilescu (2000) este de părere că aceștia tind să explice eșecurile prin cauze externe, instabile și incontroleabile, în timp ce reușitele tind să le explice prin cauze interne, instabile și incontroleabile (*La Dumnezeu și la români totul e posibil !*).

7.3. *Identitate personală și identitate culturală*

Identitatea personală interacționează cu identitatea culturală. Astfel, principala dimensiune de variație culturală, individualism/colectivism, se reflectă în planul identității personale ca opoziție între idiocentrism și alocentrism. Idiocentrismul caracterizează culturile individualiste: individul acordă atenție identității personale, se percepe ca independent față de grup, este preocupat de respectul de sine, are un grad ridicat de automonitorizare, își exprimă bine gândurile și sentimentele; stabilirea relațiilor sociale se bazează pe atracția interpersonală și exclude poziția și statutul social; distanța socială dintre individ și grup este mare, există delimitări laxte ale grupului, relațiile dintre indivizi se bazează pe competiție și angajare directă și deschisă în conflict, pe negociere pe baze interpersonale; este promovată echitatea în relațiile dintre indivizi și legitimitatea (legea, drepturile individuale, libertatea de alegere, imparțialitatea, universalismul, criteriul priorității). Alocentrismul caracterizează în special culturile colectiviste: individul acordă atenție identității sociale, relațiilor de

rol, se percepe în strânsă dependență de grup, este preocupat de armonizarea relațiilor sociale, are grad scăzut de monitorizare și nu este preocupat de cultivarea respectului de sine, anticipează corect gândurile și sentimentele celorlalți; relațiile în cadrul grupului sunt influențate de relațiile de rol, între grupuri există bariere rigide, negocierea se face de pe poziții de rol și vizează în special negocierea identității de grup; sunt acceptate inechitățile sociale în virtutea ierarhiilor; relațiile dintre indivizi sunt modelate de generozitate și caritate, valori în numele cărora indivizii își asumă obligații ce decurg din poziția de rol din cadrul societății și în virtutea apartenenței la grup. În ambele tipuri de societăți, individualiste și colectiviste, există atât indivizi cu personalitate idiocentrică, cât și indivizi cu personalitate alocentrică. Astfel, idiocentricii din societățile individualiste acționează „pe cont propriu”, în timp ce alocentricii din societățile individualiste prezintă o relativă preocupare față de membrii grupului. Idiocentricii din societățile colectiviste sunt fie ambivalenți, fie neagă regulile de grup, în timp ce alocentricii din societățile colectiviste aderă în totalitate la normele de grup. Valorile personale ale locuitorilor din societățile individualiste tind să fie stimularea, hedonismul, puterea, realizările și autodeterminarea, în timp ce valorile personale ale locuitorilor din societățile colectiviste tind să fie tradiția, conformismul, bunăvoința; valori comune persoanelor din ambele tipuri de culturi sunt securitatea, universalismul și spiritualitatea. În societățile individualiste oamenii se auto-situează mai degrabă ca independenți, unici, conduși de propria voință și de scopuri personale, în timp ce în societățile colectiviste aceștia se percep ca entități interconectate la grup, cu un comportament influențat de grup, de interesele și tacticile acestuia, predispuși să cedeze în favoarea interesului comun, considerând aceasta o formă de toleranță, de maturitate, de flexibilitate. Prin corelarea celor două tipuri de autosituare s-a propus următoarea tipologie transculturală a indivizilor: (i) *tipul bicultural* (puternic independent, puternic interdependent); (ii) *tipul vestic* (puternic independent, slab interdependent); (iii) *tipul tradițional* (slab

independent, puternic interdependent); (iv) *tipul alienat* (slab independent, slab interdependent) (*apud* Gudykunst, 2003, p. 16).

De-a lungul dimensiunii de variație „distanță față de putere” indivizii se deosebesc prin orientarea pe orizontală (engl. *horizontal self*), respectiv orientarea pe verticală (engl. *vertical self*). Orientarea pe orizontală, tipică pentru culturile în care distanța față de putere este mică, presupune un comportament prin care individul își manifestă preferința pentru interacțiunile informale și simetrice, egalitatea dintre interactanți indiferent de statut, în timp ce orientarea pe verticală, tipică pentru culturile în care distanța față de putere este mare, presupune un comportament prin care individul își manifestă preferința pentru formalism și pentru tratamentul diferențial al interactanților în funcție de statutul social.

În culturile cu grad ridicat de evitare a incertitudinii indivizii sunt orientați spre certitudine, în timp ce în culturile cu grad scăzut de evitare a incertitudinii indivizii sunt orientați spre incertitudine. Indivizii din prima categorie tind să nu includă elemente incerte în modul lor de viață, în timp ce indivizii din a doua categorie acceptă elementele incerte și dezvoltă tehnici de reducere a incertitudinii.

Dimensiunea masculinitate/feminitate se reflectă la nivelul persoanei prin rolul psihologic de gen. Rolul psihologic de gen masculin cumulează trăsături stereotipe ca agresivitate, tendință de dominare, spirit de competiție, iar rolul psihologic de gen feminin cumulează trăsături stereotipe cum ar fi: compasiune, sensibilitate, căldură. Astfel, s-a propus următoarea tipologie: (i) indivizi cu identitate de gen masculin (masculinitate puternică, feminitate slabă); (ii) indivizi cu identitate de gen feminin (masculinitate slabă, feminitate puternică); (iii) indivizi cu personalitate androgină (masculinitate puternică, feminitate slabă); (iv) indivizi cu identitate de gen nediferențiată (masculinitate slabă, feminitate slabă).

8. Stereotipurile culturale

Formarea stereotipurilor este un proces cognitiv de categorizare socială având funcția de a simplifica și sistematiza stimulii primiți de individ cu scopul de a facilita adaptarea cognitivă și comportamentală într-o situație de comunicare nouă.

Indivizii filtrează în permanență stimulii primiți din mediu prin prisma propriei culturi. Când realitatea percepută pare să iasă din tiparele de gândire deja existente, oamenii recurg la stereotipuri: „scurtături în percepție” prin care indivizii confrunțați cu necunoscuți încearcă să-i includă pe aceștia în categorii constituite apriori, prin extinderea unor atribute de grup generalizate asupra fiecărui membru al grupului. Stereotipurile pot fi pozitive sau negative. De exemplu, italienii sunt vorbăreți, nemții – punctuali, dau dovadă de precizie și inteligență tehnică, americanii sunt bogați, francezii – prețioși, chinezii – muncitori și umili, scoțienii – zgârciți, olandezii – neciopliți etc. Stereotipurile rezultă din focalizarea diferențelor dintre culturi și estomparea asemănărilor.



Fig. 19 – Inhabitants of the World, William Darton, 1790

Construirea stereotipurilor este un proces bazat pe simplificare (reducerea complexității), exagerare și distorsionare, generalizare, prezentarea atributelor culturale ca parte înăscută a ființei.

Fiecare cultură are propriile stereotipuri asupra oamenilor din alte culturi. Iată câteva dintre stereotipurile românilor: germanii se caracterizează prin corectitudine, disciplină, rigoare; italienii sunt petrecăreți și vorbăreți; francezii – romantici, orgolioși și naționaliști; americanii – grași, nu prea inteligenți, superficiali, deschiși, pragmatici; rușii sunt alcoolici, duri, puternici, războinici (*Ultima oră*, 29.05.2006).

De asemenea, fiecare cultură are propriile vederi stereotipe asupra membrilor ei. Într-un studiu realizat de studenții Universității din București, secția de Comunicare și Relații Publice, se relevă că românii se consideră ospitalieri, ingenioși, harnici, ipocriți, leneși, ignoranți, săraci; românul tipic este bărbatul între 30 și 40 de ani, căsătorit, care mănâncă sarmale și bea țuică.

Stereotipurile variază în timp și spațiu. În *Le livre de la description des pays* (secolul al XV-lea), Gilles le Bouvier caracterizează locuitorii diverselor spații geografice prin stereotipuri: englezii sunt sângeroși și negustori hrăpăreți, elvețienii – cruzi și grosolani, scandinavii, polonezii – aprigi și apucați, sicilienii își păzesc bine nevestele, napoletanii sunt neciopliți, răi catolici, mari pârâcioși, iar castilienii – iuți la mânie și neciopliți. Într-o carte care a circulat în Austria secolului al XVIII-lea, *Scurtă descriere a neamurilor europene*, imaginea europenilor este următoarea: spaniolul – inteligent și înțelept; francezul – prudent; germanul – spiritual; englezul – prost dispus; polonezul – limitat; ungurul – chiar mai puțin; rusul – nu are în cap nimic; turco-grecul – mai puțin decât atât. Ce a dat Dumnezeu neamurilor? Autorul unui text românesc din secolul al XVIII-lea răspunde: turcilor – negustoria, rușilor – beția, nemților – scârânăvia, sașilor – râia și slăbiciunea, grecilor – norocul la bani, leșilor – mândria, cerchezilor – frumusețea, moldovenilor – lăudăroșenia, muntenilor – invidia, evreilor – bogăția, Țiganilor – sărăcia și goliciunea. Iar autorul unui text din secolul al XIX-lea răspunde: turcului – Țara Sfântă, neamțului – lucrul bun, ungurului – ghinionul,

evreului – înșelătoria. În *Baltagul*, Mihail Sadoveanu recurge la următoarele stereotipuri: neamțul are șurubul; Țiganul – cetera; sârbul – sapa; turcul – prostia și sabia; ungurul – cizme și pinteni; rusul – beția și cerșetoria prin iarmaroace; evreul – bani; românul – inimă ușoară, ca să se bucure. Tot pe baza unor stereotipuri, Călinescu (1941/1982) caracteriza: „francezii [...] raționaliști, germanii idealști, englezii pragmatici, rușii mistici, orientalii fataliști” (p. 973).

În ciuda tuturor neajunsurilor pe care le implică, stereotipurile, ca forme populare de cunoaștere, sunt utile, oferind un punct de sprijin în ordonarea stimulilor veniți dintr-o realitate nouă, necunoscută, neînțeleasă.

Exerciții. Aplicații

1. Dați exemple de valori, credințe, obiceiuri, moduri de viață etc. specifice culturii române.
2. Dați exemple de valori, credințe, obiceiuri, moduri de viață etc. specifice unei culturi pe care o cunoașteți, alta decât cultura română.
3. Prezentați comparativ câteva diferențe dintre cultura română și alte culturi cu care ați luat contact. Încercați să explicați în ce măsură diferențele respective se corelează cu anumite elemente de istorie, de religie, de organizare a instituțiilor.
4. Încercați să explicați următoarele metafore ale culturii: *cultura – un ecosistem*; *cultura – paleta unui pictor*; *cultura – un set de opțiuni dintr-un set de posibilități*; *cultura – o pereche de cătușe*.
5. Propuneți două metafore ale culturii și explicați-le.
6. Demonstrați, pe baza unor exemple din cultura română, caracterul de sistem al culturii.

7. Dați cinci exemple de semne (expresia și semnificația lor) vehiculate în cultura română. Demonstrați caracterul arbitrar, convențional, mutabil și totodată imutabil al acestor semne.
8. Demonstrați prin câteva exemple afirmația „cultura se învață și se transmite de la o generație la alta”.
9. Dumneavoastră vă considerați un reprezentant tipic al culturii române? Argumentați.
10. Alcătuiți un eseu cu tema „Percepții ale banului în cultura română”. În redactarea eseului veți avea în vedere proverbe, zicători, aforisme (de exemplu: *Banul este ochiul dracului; Dai un ban, dar stai în față; Banii nu aduc fericirea; Ban la ban trage*) și/sau sinonime pentru cuvântul *ban* (*arginți, biștari, lovele, cash, capital, marafeți, parale, ort, gologani* etc.).
11. Alegeți o subcultură (de exemplu, subcultura romilor, a artiștilor, a oamenilor de afaceri etc.) și prezentați specificul ei în cadrul culturii române.
12. Ce schimbări ați perceput în cadrul culturii române după 1989? Exemplificați și comentați.
13. Prezentați rezultatele contactului dintre cultura română și o altă cultură.
14. Comentați următoarele definiții ale culturii:
 „Cultura este acel complex care include cunoașterea, credințele, arta, morala, dreptul, obiceiurile, precum și alte abilități și deprinderi dobândite de om ca membru al societății.” (*Robert Taylor*) • „Cultura este comportamentul dobândit al unei societăți sau al unui subgrup.” (*Margaret Mead*) • „Cultura include organizarea producției, structura familiei, structura instituțiilor care formulează sau guvernează relațiile sociale, formele caracteristice prin care comunică membrii societății.” (*Raymond Williams*) • „Cultura nu este decât ansamblul poveștilor pe care ni le spunem despre noi înșine.” (*Clifford Geertz*) • „Modul de viață al unei societăți date, transmis din generație în generație, prin instrucție și prin experiență. Cultura include valorile, limba, stilurile de comunicare, patternurile de gândire

- și normele de comportament.” (*The Concise Columbia Encyclopedia*) • „O rețea de obiceiuri și patternuri construite pe experiențe anterioare.” (*Deborah Tannen*) • „Set învățat de interpretări partajate privind credințele, valorile, normele subiacente comportamentelor unui grup relativ larg de oameni.” • „Un sistem constituit istoric, implicit și explicit de structuri de viață împărtășit de membrii unei comunități umane la un anumit moment.” (*Kluckhohn și Kelly*) • „Formele pe care oamenii le au în minte, modelele pe care le urmează în percepție, în relaționare, în interpretare.” (*R. Goodenough*) • „Cultura este o activitate partajată social, o proprietate de grup, nu una a individului.” (*Nieberg*) • „Set învățat de reguli, scrise și nescrise, care îi oferă individului instrucțiunile necesare, astfel încât acesta să poată opera eficient în mediul de viață dat. Aceste reguli privesc nu doar modul în care individul acționează, ci și modul în care individul reacționează, deci reprezintă o componentă esențială a capacității noastre de a trăi ca ființe umane într-un context social. Altfel spus, cultura ne învață cum să ne descurcăm «la fața locului».” • „Cultura este o proprietate emergentă a comunicării dintre membrii societății.” (*Poole*) • „Cultura este consensul membrilor unei comunități privind semnificația simbolurilor verbale și non-verbale.” (*W.B. Gudykunst*).
15. Formulați un punct de vedere în legătură cu afirmația curentă conform căreia studiile culturale sunt o antidisciplină, căci metoda lor de cercetare nu se încadrează în tiparele disciplinelor instituționalizate.
 16. Comentați textul următor, apărut în revista *Dilema*, nr. 433/2001:
- Americanizarea Europei: o falsă problemă

Claude Karnoouh

Antiamericanismul cultural pare a deveni un fenomen general în momentul când Statele Unite, devenite prima putere

mondială, vor nu numai să impună partenerilor lor constrângerile unor alianțe strategico-economice, ci și ansamblul moravurilor lor, al valorilor lor sociale și juridice, produsele lor culturale, toate la un loc compunând civilizația americană.

Intensitatea opoziției variază în diversele țări europene și este dependentă de epocile istoriei contemporane. De la începutul secolului XX, nu puține au fost curențele politice și culturale europene care și-au extras mesajul din denunțarea felului cum americanii au confiscat tradițiile noastre: întâi le-au distrus și apoi au instalat în locul lor produsele preferate de numeroșii componenți ai clasei mijlocii americane. Pe scurt, aceste partide, aceste mișcări, aceste grupări cheamă la luptă împotriva civilizației Mickey, Disneyland, Coca-Cola (poate fi și Pepsi), a superproducțiilor hollywoodiene, a fast-foodului, a hamburgerului etc.

Dacă acest gen de critică poate fi înțeles când este formulat de oameni obișnuiți, fără perspectivă istorică, este dificil de acceptat când vine din partea intelectualilor și a politicienilor, care ar trebui să știe despre ce vorbesc. Deoarece, dacă aruncăm o privire asupra secolului tocmai încheiat, trebuie să ne întrebăm ce s-a întâmplat de Statele Unite au dobândit o asemenea putere? Nimic extraordinar: ei au primit dividendele unui angajament direct și indirect în treburile europene, permis de atitudinile sinucigașe ale popoarelor europene, ale responsabililor politici, aleși sau nu.

În cele două războaie mondiale, cele mai puternice națiuni ale Europei (Germania, Marea Britanie și Franța) s-au sfâșiat, s-au măcinat, s-au masacrat, fără rezultate definitive, pentru a dobândi autoritatea supremă în conducerea treburilor lumii, și au uitat că, în ambuscadă, pândește copilul risipitor al Europei, Statele Unite. De ce o mare putere în expansiune s-ar priva de o asemenea șansă? Încă de la

începutul secolului XX, toți indicatorii economici arătau slăbiciunea Marii Britanii (aparent pe culmea puterii) și puterea în creștere a Statelor Unite. De fapt, în Primul Război Mondial, America a exploatat, cu mare abilitate, ajutorul dat beligeranților aliați, dând încă de la începutul conflictului multe și gigantice împrumuturi cu dobândă, și astfel, după 1916, City a devenit dependent de Wall Street, inversând fluxul raportului debit-credit între acești doi poli ai economiei planetare. Din 1917, chiar înainte de intervenția corpului expediționar american în Franța, supremația mondială americană era instalată. Supremație care va îngloba foarte repede domeniile culturii, cum ar fi influența jazzului asupra muzicii de varietăți și deplasarea centrului artelor moderne de la Paris la New York!

Al Doilea Război Mondial nu a făcut, în cele din urmă, decât să dezvolte tendința declanșată în timpul celui dintâi, sporind dependența europeană; intervenția americană a devenit necesară și pentru că aliatul de moment, URSS, era, de fapt, inamicul de dinainte și de după război.

Și până la urmă, pot fi acceptate criticile meschine formulate de nostalgicii europeni față de civilizația americană? Nu este civilizația americană fiica risipitoare a civilizației europene? În ultimă instanță, Statele Unite n-au făcut decât să radicalizeze elemente existente deja în Europa, duse acolo de emigranți: comedia muzicală și prăjiturile stropite cu cremă, opereta vieneză și patiseria de la cafenelele Sacher și Mozart. Exagerarea rolului tehnicii venea din Anglia și Germania. Vulgaritatea claselor mijlocii se trăgea din Bouvard și Pécuchet, multiplicați la scară continentală. Și nu e lipsit de importanță faptul că revolta muncitorească de 1 Mai de la Chicago nu face decât să continue tradiția socialistă de pe continent, transportată cu vaporul de cealaltă parte a oceanului, deoarece, paradox al istoriei (nu este singurul), cea mai mare parte a sărbătorilor muncitorești vin din Statele Unite, inima economiei mondiale capitaliste!!!

Europenii suportă greu bogăția acestui copil risipitor. Dar numai ei sunt de vină. Ei au crezut că pot rezolva problemele sociale redutabile create de optimismul nepăsător al unei dezvoltări necontrolate, zdrobindu-se reciproc sub obuze și bombe pe câmpurile de bătălie și exterminându-se apoi în lagăre de concentrare. În acest timp, concurentul lor, America, protejată de atacuri prin imensitatea oceanelor, profita de război pentru a-și pune în funcție cele mai productive mașini realizate vreodată. Astfel, nu se mai poate obiecta împotriva americanizării lumii, doar atât că expresia mi se pare falsă. America este de fapt dovada europenizării lumii, începută în ziua când un negustor, curios și erudit, a reușit să-l convingă pe regele Spaniei că acolo, undeva, în Vest, zace, la îndemână, aur, mult aur... Cristofor Columb a intuit corect că pentru Occident esențială este bogăția. Dar Vestul, în germană *Abenland*, în franceza veche *couchant* sau *ponant*, în românește *apus* și în ungurește *nyugat*, semnifică în aceste limbi și locul de declin, de îmbătrânire, de epuizare... Occidentul este în declin sau îl așteaptă gloria finală, alt semn al sfârșitului? În ceea ce mă privește, prefer gloria apoteotică, deoarece unii o știu: „Orice imperiu piere”. Titlul acestei cărți de Jean-Baptiste Duroselle (este vorba despre *Istoria relațiilor internaționale*) poartă intuiția unei istorii desfășurate mereu în altă parte, deocamdată fără răspuns... La crepusculul vieții sale, Heidegger scria: „Doar un Dumnezeu ne poate salva”; ne rămâne să așteptăm această epifanie... Așteptarea riscă să fie lungă, foarte lungă. Poate că nu se va întâmpla nimic, niciodată, poate că la sfârșit umanitatea noastră neolitică va fi înlocuită de noul antropoid, corect genetic, cel din postlitic... America a început această mutație... Ei și, trăiască mutații!

17. Interpretați afirmația lui Franz Boas: „Omul s-a născut liber, dar este pretutindeni în lanțurile culturii” (*Man is born free, yet everywhere he is in chains to culture*).
18. Alegeți una dintre religiile lumii. Documentați-vă în legătură cu ea. Redactați un referat cu tema „Rolul cuvântului în religia...”.
19. Exprimați-vă opinia privind legătura dintre religie, familie și stat. Comentați această relație cu referire la un caz particular din istoria omenirii: societatea comunistă totalitară din România.
20. Comentați următoarea afirmație: „Cea mai universală calitate este diversitatea” (Montaigne).
21. Susțineți cu exemple următoarea afirmație: „Oamenii sunt și asemănători, și diferiți”.
22. Comentați următorul pasaj tradus din Hofstede *et al.* (2002, p. 35):

Culturile celor mai bogate țări tind să fie mai degrabă individualiste, iar cele din țările sărace, mai degrabă colectiviste. Acest lucru este adevărat și în perspectivă istorică: pe măsură ce țările devin mai bogate, tind spre polul individualist al spectrului. Colectivismul poate fi văzut ca o formă de adaptare la sărăcie și la resurse limitate, iar individualismul – un răspuns la bogăție și la resurse variate. Bogăția le dă oamenilor posibilitatea de a avea grijă de ei înșiși, de a se baza pe ei înșiși. Totuși, oricând este nevoie de un echilibru între tendințele individualiste și cele colectiviste. În societățile colectiviste, indivizii ar putea fi nevoiți să-și reprime identitatea individualistă, ceea ce creează probleme. În societățile individualiste, oamenii s-ar putea simți singuri și izolați, ar putea dezvolta comportamente antisociale sau să se atârne de dorința de a se afilia unui grup.

23. Estimați poziția culturii române pe axa individualism/colectivism. Încercați să vă argumentați punctul de vedere. Gândiți-vă, de pildă, la: relațiile de familie (familia extinsă),

hora/șezătoarea/apartamentul de bloc, prietenia/amiciția; la expresii cum ar fi *noi și-ai noștri; aveți-vă ca frații; a fi în rândul lumii; a urma calea bătută*; la proverbe cum ar fi *Ajută-ți părinții, că și ei te ajută; Necuviința fiului este rușinea tatălui; Prietenia este cel mai de preț lucru; Sângele apă nu se face; Unirea face fericirea* etc.

24. Estimați poziția culturii române pe axa masculinitate/femininitate. Încercați să vă argumentați punctul de vedere. Gândiți-vă, de pildă, la rolurile în cadrul familiei, la expresii de tipul: *bărbatu-i capul, dar femeia gâtul; în casă la noi cântă cocoșul, nu găina; bărbat fără femeie, cal fără frâu; femeie fără bărbat, barcă fără cârmă; femeile sunt temelia educației în fiecare generație*.

25. Comentați următorul pasaj tradus din Hofstede *et al.* (2002, p. 36):

Ierarhia socială este legată de bunăstare, dar într-o măsură mai mică decât individualismul/colectivismul. Cercetările au arătat că, pe măsură ce o țară a devenit mai bogată, distanța față de putere s-a redus. În situații de sărăcie și de acces limitat la resurse este mai ușor de menținut o distanță mare față de putere.

26. Estimați poziția culturii române privind distanța față de putere. Încercați să vă argumentați punctul de vedere urmărind relațiile dintre șefi și subordonați, expresii de tipul: *egalitate, dar nu pentru căței; a-și peria șefii*.

27. Încercați să estimați poziția culturii române privind gradul de acceptare a incertitudinii. Argumentați, gândindu-vă, de pildă, la atitudinea românilor față de străini/necunoscuți, atitudinea față de nou și de schimbare, la sistemul legislativ etc., la proverbe ca: *Nu da vrabia din mână pe cioara de pe gard; Ce-i în mână nu-i minciună; Decât codaș la oraș mai bine-n satul tău frunțas* etc.

28. Încercați să estimați poziția culturii române privind orientarea temporală. Argumentați, având în vedere expresii precum: *om*

trăi și-om vedea; mai vedem noi; văzând și făcând; face planul ca țiganul; nu aduce anul ce aduce ceasul etc. sau aforisme ca: *Prețuiește ce ai azi, căci mâine s-ar putea să pierzi*.

29. Având în vedere estimările făcute la exercițiile anterioare, particularizați cu situația culturii române corelațiile prezentate mai jos:

Valorile înregistrate de fiecare țară pentru cele cinci dimensiuni se corelează statistic cu o mulțime de alte date despre țara respectivă. De exemplu, distanța față de putere se corelează cu folosirea violenței în relațiile casnice și cu diferențe mari privind veniturile locuitorilor din țara respectivă. Individualismul se corelează cu bunăstarea națională (produsul intern brut pe cap de locuitor) și cu mobilitatea membrilor diverselor clase sociale, de la o generație la alta. Masculinitatea se corelează negativ cu acea parte din produsul intern brut pe care guvernele țărilor bogate o alocă pentru susținerea dezvoltării Lumii a Treia. Evitarea incertitudinii se asociază cu catolicismul și cu obligația legală din țările dezvoltate ca toți cetățenii să aibă buletine de identitate. Orientarea pe termen lung se corelează cu creșterea economică din ultimii 25 de ani, demonstrând că succesul economic al țărilor din Asia de Est este rezultatul unei orientări accentuate a populației spre viitor prin valorizarea cumpătării și a perseverenței (<http://feweb.uvt.nl/center/hofstede/page3.htm>).

30. Pe baza experiențelor dumneavoastră (inter)culturale, încercați să explicați modul în care interacțiunea în clasă este influențată de: a) dimensiunea individualism/colectivism; b) masculinitate/femininitate; c) distanță mare/mică față de putere; d) grad ridicat/scăzut de evitare a incertitudinii.
31. Pe baza experiențelor dumneavoastră (inter)culturale, încercați să explicați modul în care relațiile de muncă sunt influențate de: a) dimensiunea individualism/colectivism; b) masculinitate/femininitate; c) distanță mare/mică față de putere; d) grad ridicat/scăzut de evitare a incertitudinii.

32. Pe baza experiențelor dumneavoastră (inter)culturale, încercați să explicați modul în care relațiile și comunicarea în cadrul familiei sunt influențate de: a) dimensiunea individualism/colectivism; b) masculinitate/feminitate; c) distanță mare/mică față de putere; d) grad ridicat/scăzut de evitare a incertitudinii.
33. Alegeți din lista de termeni dată în continuare trei, pe care îi asociați cu ideea de *timp*: *organizare, relaxare, stres, bani, vacanță, familie, țigară, muncă, viitor, motivație, competiție, mâncare, calendar, ceas, mișcare, trecut, obligație*.
- Ce părere aveți? Ceilalți membri ai culturii dumneavoastră ar alege aceiași trei termeni? Încercați să explicați.
 - Alcătuți un eseu în jurul celor trei termeni aleși, în care să vă exprimați opinia în legătură cu modul în care percepeți dumneavoastră timpul.
 - Alegeți trei termeni pe care în niciun caz nu i-ați asocia cu ideea de *timp*. De ce?
 - Alcătuți un eseu în jurul celor trei termeni aleși anterior, în care să vă exprimați opinia în legătură cu modul în care nu percepeți dumneavoastră timpul.
34. Reacțiile oamenilor în diverse situații sunt indicii ale orientării lor culturale: colectivism/individualism; masculinitate/feminitate; evitarea/tolerarea incertitudinii; distanță mare/mică față de putere; orientare pe termen lung/scurt. Prezentăm în continuare câteva situații și mai multe tipuri de răspuns pentru fiecare. Asociați fiecare tip de răspuns cu posibila orientare culturală a individului. Explicați asocierea făcută (exercițiu tradus și adaptat după Hofstede *et al.*, 2002, pp. 76-82).
- Sosiți pe aeroport, într-o țară străină, cu scopul de a participa la o întâlnire de afaceri extrem de importantă. Sunteți întâmpinat de o tânără drăguță în jeansi. Ce gândiți?

- Probabil este secretara omului de afaceri cu care urmează să mă întâlnesc. (*masculinitate*)
 - Probabil e chiar omul de afaceri cu care urma să mă întâlnesc. (*feminitate, tolerarea incertitudinii*)
 - E plăcut să fii întâmpinat la aeroport de o persoană drăguță. (*colectivism*)
 - Cum îmi permite să vină așa îmbrăcată pentru a mă întâmpina? (*distanță față de putere*)
 - Probabil e o greșeală. E clar că ar trebui să fiu întâmpinat de un domn bine îmbrăcat. (*toleranță scăzută față de incertitudine*)
- (ii) Sunteți la o recepție. Stați de vorbă cu o persoană pe care tocmai ați cunoscut-o. Vine cineva și intră în vorbă direct, fără a se prezenta. Ce credeți?
- Probabil e o prietenă apropiată a persoanei cu care stați de vorbă.
 - E extrem de nepoliticos că a făcut așa ceva.
 - Interlocutorul dumneavoastră ar trebui să-i spună persoanei să aștepte puțin.
 - Probabil e o persoană foarte importantă.
 - Partenerul dumneavoastră de conversație ar fi trebuit să facă prezentările.
 - Nimic.
- (iii) Sunteți primarul unui orașel. O atletă din localitate se întoarce mâine de la Jocurile Olimpice, unde s-a clasat pe locul patru. Ce faceți?
- Nimic. Locul patru nu înseamnă nimic; doar locul întâi contează.
 - Nimic. Nu e niciun protocol prevăzut pentru astfel de situații.
 - Organizați o primire grandioasă. Chiar și simpla participare la Olimpiadă a onorat comunitatea din care a plecat.

- d) Organizați o primire specială. Nu contează că nu a învins, important este că a participat la Olimpiadă.
 - e) Vă consultați cu membrii biroului de conducere din Primărie.
- (iv) Conduceți o adunare importantă, la care participați invitați din mai multe țări. În timpul ședinței, un colaborator apropiat primește un SMS din care află că băiețelul lui a suferit un grav accident de circulație și se află internat în spital. Ce faceți?
- a) Suspendați lucrările întâlnirii până a doua zi.
 - b) Îi permiteți colaboratorului să plece, iar dumneavoastră rămâneți în sală pentru a conduce ședința.
 - c) Ieșiți o clipă din sală împreună cu colaboratorul pentru a vorbi cu el și a vedea dacă acesta vrea să plece sau să rămână.
 - d) Continuați ședința, cerându-i colaboratorului să rămână și el.
- (v) Navigând pe internet, găsiți datele de contact ale unei persoane cu care v-ar interesa să faceți o afacere. Cum procedați?
- a) Îi trimiteți un e-mail în care îi scrieți direct („Sunt X și vă propun o colaborare...”; semnați cu numele mic).
 - b) Îi trimiteți un e-mail în care îi scrieți: „Stimate domnule X... Cu cele mai calde sentimente...” și semnați cu numele întreg.
 - c) Îi trimiteți o scrisoare cu antetul firmei dumneavoastră.
 - d) Puneți secretara să-l contacteze telefonic.
 - e) Îi dați telefon chiar dumneavoastră.
35. Încercați să determinați orientarea culturală a persoanelor din situațiile ipotetice prezentate mai jos. Comentați. (Exercițiu tradus și adaptat după FitzGerald, 2003, pp. 230-231.)

- (i) La serviciu, toată lumea îi spune șefului pe nume, glumește cu el, vorbește într-o manieră informală.
 - (ii) Profesorul face o greșală. Studenții își dau seama, dar nu îndrăznesc să-l corecteze.
 - (iii) La un interviu de angajare, applicantului i se cere să vorbească despre el. Acesta începe prin a vorbi despre familia lui, despre educația primită, despre locul de muncă pe care l-a avut în ultimii 20 de ani.
 - (iv) La un proiect lucrează mai mulți colegi. Fiecare face ce poate și cât poate. La sfârșit, deși contribuțiile membrilor echipei nu au fost egale, toată lumea primește aceeași sumă de bani.
 - (v) Doi colegi de serviciu își depun dosarul de promovare. Primul lucrează de 20 de ani în acel loc, a avut întotdeauna rezultate meritorii, deși în ultima vreme sunt alții mult mai buni decât el. Al doilea este tânăr, lucrează doar de doi ani la firmă, dar a avut rezultate excelente în ultima perioadă. Al doilea este promovat.
 - (vi) Patronul unui magazin a încălcat câteva legi minore. Inspectorul constată neregulile. Dar pentru că patronul a fost întotdeauna cinstit și nu a deranjat pe nimeni cu nimic, o discuție la un pahar de bere rezolvă situația. Patronul nu este amendat.
 - (vii) O studentă este bolnavă în spital. Tatăl ei merge la facultate pentru a vorbi cu profesorii și a le explica de ce fiica lui va lipsi de la examen.
36. Recitați precizările de la subcapitolul 5 și particularizați ideile expuse acolo cu elemente din cultura română.
37. Recitați, în subcapitolul 5, modelul diversității culturale propus de Kluckhohn și Strodtbeck. Dați propriile răspunsuri la cele cinci teme majore ale umanității. Argumentați-vă punctul de vedere.
38. Explicați glumele de mai jos făcând apel la conceptul de *dependență contextuală* propus de Edward T. Hall (vezi subcapitolul 5).

- a) De ce și-a schimbat locotenentul Worf culoarea părului?
Pentru că *it was a good day to dye*.

Context: Lt. Worf este un personaj din *Star Trek*. El face parte din societatea extraterestră klingoniană. El repetă adeseori un proverb klingonian: *It's a good day to die* (notă: *to dye* = „a vopsi”; *to die* = „a muri”; ambele verbe se pronunță identic în limba engleză).

- b) O discuție între un reprezentant IBM și un producător japonez de hardware. Reprezentantul IBM solicită părți japoneze 10.000 de subansambluri, făcând precizarea: „Vă rugăm, 3 rebuturi la mia de subansambluri!”. Partea japoneză a executat comanda și a trimis-o însoțită de următorul text: „Noi, poporul japonez, am înțeles cu greu practicile voastre de afaceri. Dar ne-am conformat și am produs cele treizeci de rebuturi corespunzând celor 10.000 de produse livrate. Subansamblurile defecte au fost împachetate separat. Sperăm să fiți mulțumiți”.

39. Explicați gluma de mai jos:

Națiunile Unite au organizat un sondaj de opinie în mai multe țări ale lumii. Întrebarea pusă a fost: „Vă rugăm să ne spuneți opinia dvs. sinceră în legătură cu posibilele soluții la criza de alimente din restul lumii”. Sondajul a fost un eșec. De ce? Locuitorii Africii nu au știut ce înseamnă „alimente”; locuitorii din Europa de Est nu au știut ce înseamnă „sinceră”; locuitorii de Europa de Vest nu au știut ce înseamnă „criză”; locuitorii din China nu au știut ce înseamnă „opinie”; locuitorii din Orientul Mijlociu nu au știut ce înseamnă „soluție”; locuitorii din Statele Unite nu au știut ce înseamnă „restul lumii”.

40. Realizați un referat cu titlul „Diferențe culturale reflectate în proverbe” (la alegere, domeniul român-englez, român-francez, român-arab etc.).

41. Documentați-vă și realizați un referat cu tema „Cadoul în diverse culturi”.
42. Documentați-vă și realizați un referat cu tema „Specificul cultural reflectat în bancuri și glume”.
43. Documentați-vă și realizați un referat cu tema „Specificul cultural al publicității”.
44. Citiți eseul lui Andrei Pleșu *Despre bucurie în Est și Vest*.
- a) Realizați o sinteză prezentând modul specific în care, în opinia autorului, trăiesc românii sentimentul de bucurie, comparativ cu locuitorii Occidentului.
- b) Exprimați un punct de vedere pe marginea textului citit.

Despre bucurie în Est și în Vest

Andrei Pleșu

Vă mai amintiți, poate, imagini ale revoluției române din decembrie 1989, așa cum au apărut ele pe ecranele de televiziune din toată lumea. Fusese, s-a spus, prima revoluție „în direct”: un dictator fugea cu elicopterul de pe clădirea guvernului, străzile erau pline de tancuri, de soldați descumpăniți și civili exaltați. Se trăgea din toate părțile. Euforia nu se putea încă deosebi de teroare, speranța se asocia cu doliul. Ulterior, analiști de toate felurile, din România și din afara ei, au căutat și au găsit argumente pentru a relativiza dimensiunea revoluționară a acelor zile. S-au numărat morții și s-a stabilit că n-au fost destui, s-au identificat complicate scenarii conspiraționiste, s-a vorbit de o lovitură de stat comunistă, de o subtilă manevră sovietică sau americană, sau sovieto-americană, sau, cum altfel, iudeo-masonică. România părea să fi reușit o înșelătorie de proporții: organizase ceva care semăna a revoluție, dar care, în realitate, lăsa neatins structurile dictaturii. Era, așadar, marele eșec, excepția, oaia neagră a Estului european. Între timp, suspiciunile s-au mai potolit, oaia a devenit comestibilă, a fost invitată să adere la NATO și i

s-a promis marea pășune europeană. „Evenimentele” din decembrie '89 au fost reînvigorate cu titlul de „revoluție”. Dar eu nu despre aceste grandioase evoluții istorice vreau să vă vorbesc. Amintirile mele despre revoluția de la București sunt mai modeste: țin de faptul divers, de spaime concrete, de detalii mai mult sau mai puțin semnificative. De pildă, primul strigăt de victorie pe care l-am auzit, prima bucurie articulată, atestând schimbarea radicală a vremurilor, a venit din partea unei vecine cumsecade, fără niciun fel de apetențe revoluționare. Ea a intrat impetuos în curte, trecând, eroic, printre gloanțe și a proclamat, în beneficiul întregului cartier: „La magazinul din colț se găsesc măsline! Și nu e coadă!”. Am simțit imediat aroma viitorului. Am simțit că suntem în pragul unei schimbări decisive: de-acum înainte vom avea măsline. Și le vom putea cumpăra în orice cantitate, fără măcar să stăm la coadă. Din punctul meu de vedere, era o realizare suficientă pentru a justifica o revoluție...

Bucuria norocoasei mele vecine era, în același timp, un ecou al trecutului și o profeție. Era un tip de bucurie pe care numai austeritatea economică a unei dictaturi o putea explica și care, în scurt timp, urma să dispară. Atingem, astfel, o primă treaptă a distincției dintre Estul comunist și Vestul liber în materie de bucurie: esticul resimțea achiziția măslinelor ca pe o bucurie, în vreme ce vesticul care cumpără măsline nu simte nimic. Cu alte cuvinte, ceea ce pentru unul e o circumstanță banală, subînțeleasă, pentru celălalt era un eveniment, o șansă electrizantă, o sărbătoare. Pentru estic, „subînțelesul” vesticului era – și este încă – o utopie. Observația merită oarecare atenție, pentru că, după părerea mea, unul din motivele pentru care Estul și Vestul nu se înțeleg uneori este faptul că ele nu se „sub-înțeleg”, că au experiențe diferite despre ceea ce este, în viața zilnică, „de la sine înțeles”. „Normalitatea”

Vestului constă într-o lungă listă de „de la sine înțelesuri”: e de la sine înțeles să găsești de mâncare, să ai căldură în casă când afară e frig, să ai, fără întreruperi, curent electric, să vină autobuzul la timp, să ai pașaport, să te întâlnești cu cine vrei, să crezi ce vrei, să scrii și să publici ce vrei. E de la sine înțeles să înjuri guvernul, să fluierei forțele de ordine, să vezi filme din toată lumea, să citești orice autor, să porți sau nu barbă și plete, să faci câți copii vrei, să ai, în genere, drepturi individuale pe care instituțiile trebuie să le respecte. Nimic din toate acestea nu era, pentru cetățeanul unei țări comuniste, de la sine înțeles. De aceea, când din întâmplare sau prin excepție, sau prin arbitrarea magnanimitate a puterii, unul sau altul din punctele listei de mai sus era contrazis de realitate, când aveai căldură sau lumină, sau pașaport, sau măsline, când îți apărea o carte sau nu așteptai autobuzul decât o jumătate de oră, aveai toate motivele să te bucuri. Improbabilul devenea posibil. Minimalul căpăta proporții solemne.

Bucurii minimale

A savura din plin bucuriile minimale – iată una din experiențele ireductibile ale bucuriei în Răsăritul european înainte de 1989. Bucuriile minimale nu trebuie confundate cu „bucuriile simple”. Una e să te bucuri de o bucată de pâine caldă și de un pahar cu vin, întorcând spatele restaurantului sofisticat de peste drum și alta e să te bucuri pur și simplu că ai pâine și vin. Aș spune că Vestului îi erau accesibile, în mai mare măsură decât nouă, bucuriile simple. Noi eram în situația de a ne mulțumi cu bucuriile minimale. Regimul totalitar nu ne-a putut lua *marile* bucurii, bucuriile de care orice om are parte, indiferent de condițiile în care trăiește: bucuria dragostei, a prieteniei, a creativității. Dar, obligându-ne să ne concentrăm asupra bucuriilor minimale, ne-a văduvit de bucuriile *simple*. Nu

luxul ne era interzis, ci *firescul*, traiul tihnit, noblețea calmă a omenescului. Trebuie să adaug că unul din efectele paradoxale ale penuriei era *monumentalizarea bucuriilor minimale*. Bucuria achiziției clandestine, a mobilizării supraomenești pentru obținerea unei mese bune ajunsese un adevărat sport național. Una din formele rezistenței la dictatură era „rezistența prin mâncare”. Am sabotat *furor*-ul comunist al austerității printr-un efort uriaș, organizat și solidar, al cărui rezultat a fost constituirea unei ample și eficiente burse negre a hranei. A procura, laborios, cele necesare, a pândi momentul (și locul) distribuției fulgurante a mărfii (a măslinelor, de pildă), a conserva ritualul domestic al mesei și al sărbătorilor, a oferi oaspetelui străin un prânz suficient de bun ca el să nu mai înțeleagă nimic din discursul despre sărăcie al gazdei – toate acestea (plus cozile interminabile și mustind de subversiune) au fost forme de rezistență mult mai răspândite decât se crede. În România, unde a avea o mașină de scris devenise o potențială infracțiune, n-a existat decât un singur samizdat: samizdatul alimentației clandestine.

Diferența dintre cele două jumătăți ale Europei avea, pentru fericitul care se întâmpla să călătorească spre Vest, inevitabile conotații comice. La primele mele contacte cu piața „capitalistă”, am stârnit perplexitatea multor negustori punând întrebări de neînțeles pentru modul lor de viață. Intram, de pildă, într-o brutărie și întrebam: „Aveți pâine?”. În prima clipă, cel întrebat amuțea. Glumeam? Eram idiot? Îl luam peste picior? „Bineînțeles că avem pâine! Ce altceva credeți că vindem?” Omul n-avea de unde să știe că, în limitele experienței mele, existența pâinii într-o brutărie nu era deloc de la sine înțeleasă. Când l-am întrebat ce anume din cotidianul occidental îl impresiona mai mult, un amic care reușise să fugă din țară și se stabilise la Paris mi-a răspuns fără să clipească: „Lucrul cel

mai năucitor e că dacă intri într-o berărie și ceri o bere și se aduce o bere!”. Lipsa ajunsese, într-un fel, pentru noi, la fel de obișnuită ca aerul pe care îl respiram. Și odată cu ea, capacitatea de a ne bucura de aproape nimic. De fapt, sfârșisem prin a nu mai percepe catastrofalul lipsei. Îmi amintesc că, în februarie 1992, invitat pentru câteva luni la Wissenschaftskolleg zu Berlin, am constatat, pe când îmi desfăceam bagajele într-un foarte agreabil apartament din Grönewald, că nu merge lumina. Era la amiază și mi-am văzut de treabă nestingherit, uitând incidentul. După două ore, totul a reintrat, oricum, în normal. La București, lumina se întrerupea adeseori, mai ales seara, când era nemijlocit necesară. La Berlin însă, întâmplarea a provocat o acută criză politică. Pana de electricitate dezorganizase totul: televiziunile trecuseră pe lângă faliment, mamele nu mai putuseră încălzi la timp laptele pentru copii, semipreparatele din refrigerator se topiseră, apa caldă încetase și așa mai departe. Cât pe-aci să cadă guvernul. Bătrânul meu profesor de filosofie din țară avusese, prin urmare, dreptate: „Ai să vezi, spunea el: sfârșitul lumii civilizate nu va surveni în urma unei nenorociri de proporții; totul va porni de la un fleac, de la o comoditate curentă, suspendată brusc. Va dispărea, pentru trei zile, apa minerală sau hârtia igienică, sau benzina fără plumb. Și toți cei pentru care lucrurile astea fac parte din necesarul *subînțeles* vor sfârși, dezadaptați, în marasm fizic și psihic. Nu marea apocalipsă va fi încheierea, ci o *mică apocalipsă*, ușor ridicolă, dar fatală...”. În ajunul unei eventuale „mari” apocalipse, Occidentul va fi acela care, cu minunata tehnologie de care dispune, cu extraordinarii lui specialiști, cu mijloacele sale financiare, va putea salva omenirea. Dar dacă ceea ce ne amenință este o mică apocalipsă, contați pe Europa Centrală și de Est! Vă vom învăța,

rapid, tehnica de a trăi cu puțin, de a valorifica *Ersatz*-ul, de a savura nimicul.

Bucurii negative

Alături de bucuriile minimale, cetățeanul din Est avea parte și de o sumedenie de *bucurii negative*. Bucuriile minimale sunt euforia strictului necesar. Bucuriile negative derivă nu din satisfacția de a avea o experiență agreabilă, ci din aceea de a *nu* avea o experiență rea. Bucuriile negative se exprimă perfect în sintagma „se putea și mai rău”. Ele survin pe fundalul unei așteptări sumbre și derivă din neîmplinirea acestei așteptări. Evident, nici vesticului nu îi sunt străine asemenea bucurii. Ele sunt, în fond, bucurii general umane: bucuria de a *nu* fi bolnav, bucuria de a *nu* pierde locul de muncă, bucuria de a *nu* locui cu soacra etc. Cum însă „normalitatea” vesticului era diferită de a esticului, bucuriile negative ale celui din urmă aveau o culoare specifică. Vesticul se bucură că nu pățește nimic „anormal”. Esticul se bucura că e scutit de „normalitatea” dictaturii: se bucura că din cartea predată unei edituri nu i se tăiasse prea mult, că nu i se dărâma biserica ori casa, că nu fusese turnat la Securitate sau că, deși turnat, nu era (încă) penalizat, anchetat sau arestat etc. Vesticul se bucură când anomalia răului nu se produce, esticul se bucura când se producea „anomalia” binelui. Cu alte cuvinte, bucuria negativă a esticului era mai intensă și, ca să spunem așa, mai „pozitivă”: bucuria de a scăpa necenzurat sau nepedepsit era mai ascuțită și mai „actuală” decât, să zicem, bucuria de a fi sănătos care, câtă vreme nu apare boala, e, îndeobște, relativ palidă.

Bucurii interzise

Să amintim și o a treia categorie de bucurii, resimțite diferit în cele două lumi europene: *bucuriile interzise*.

Rapid spus, în Vest, interdicția, ca expresie a unei moralități unanim acceptate, este legitimă, ceea ce face ca transgresiunea ei să fie malefică. În Est, interdicția era nelegitimă, astfel încât transgresiunea ei era un act de curaj moral, o formă pură de jubilație spirituală. A citi *în ascuns* un mare autor interzis, a avea o viață religioasă, a asculta „Europa Liberă”, a găzdui prieteni din străinătate, a face bancuri pe socoteala guvernului totalitar, a nu declara la poliție că ai mașină de scris – erau tot atâtea victorii, tot atâtea puncte câștigate împotriva abuzului dictatorial. Bucuriile interzise sunt bucurii *periculoase*. Plăcerea e dublată de palpitarea riscului. Chiar și anumite bucurii care – în condiții normale – sunt nelegitime, de pildă bucuria de a păcăli statul, mergând până la *a fura* de la stat, dobândeau, în contextul comunist, o stranie legitimitate: erau un act de sabotaj, un fel de a lua înapoi ceea ce regimul îți confiscase în mod samavolnic de îndată ce venise la putere. „Statul” era, în fond, Partidul, adică dușmanul. Mă gândesc, uneori, că explozia iresponsabilă a corupției în unele țări din Europa Răsăriteană de astăzi e supraviețuirea inerțială a *acestei* mentalități, ceea ce, firește, nu scuză nimic, chiar dacă poate explica multe... Alături de „pozitivarea” ideologică a furtului pot menționa și pozitivarea ideologică a viciului. Eram în Polonia, în 1981, când se instaurase „starea de urgență”. După o anumită oră, era interzis să ieși din casă și să te manifesti zgomotos. Vodca avea prețuri prohibitive, asta în cazul în care se putea găsi. Aflat în atelierul unui pictor, am auzit, deodată, dinspre stradă, interjecțiile joviale ale unui chefliu. Gazda mea s-a grăbit să observe, pe jumătate în glumă, pe jumătate în serios: „A fi beat la ora asta pe străzile Varșoviei nu mai este un viciu, ci o formă voioasă de disidență”.

În căutarea unor bucurii comune

Am putea spune că bucuria avea, în Est, alt regim *temporal* decât în Vest. Vestului i se potrivește definiția carteziană a bucuriei: „contemplarea unui bine *prezent*” (*Pass. an.*, II, 61, 93). Dar în Est tocmai prezentul, imediatul erau lipsite de conotația bucuriei. Singura specie de bucurie asociabilă frecvent prezentului era aceea, deja menționată, a bucuriilor negative: un rău anticipat care probabil întârzia să se petreacă. Psihologic vorbind, bucuriile negative implică însă și ele o suprapunere a timpurilor. Ele se referă la o așteptare (așadar, la o proiecție anticipativă, la un *viitor*), combinată cu o experiență negativă *trecută*. Aștepti ca, acum și în *viitor*, reiterarea – confirmată de *trecut* – a răului să devină *prezentă*. Te bucuri, prin urmare, că răul de care erai sigur nu are loc sau că are loc un bine de care te îndoiai. Suntem, cu aceste nuanțe, mai aproape de Spinoza decât de Descartes. În *Etica* sa (III, prop. XVIII, schol. II), Spinoza definește bucuria (*gaudium*) drept satisfacția născută din imaginea unui lucru trecut care s-a petrecut în ciuda îndoielilor noastre (*de cuius eventu dubitavimus*). În Est, Spinoza continuă să fie valabil. Ne bucurăm încă de enorma schimbare survenită în 1989, deși nimeni n-a crezut-o posibilă. Și suferim încă de o proastă experiență a temporalității. Trecutul imediat e jalnic, prezentul e dificil, viitorul e incert. Veți recunoaște că, în asemenea condiții, nu e ușor să-ți păstrezi buna dispoziție... Nu mai avem bucuriile paradoxale, în același timp chinuite și exaltante, pe care le provoca universul dictatorial, dar nu avem încă nici bucuriile voastre. Ceea ce se numește „perioada de tranziție” este, între altele, o perioadă de criză a bucuriei. Suntem expuși fie nostalgiilor sterile, fie speranțelor neîntemeiate. Nerăbdarea sincronizării cu Vestul n-a adus, deocamdată, decât apetitul

consumului ieftin, plăcerea minoră (sau direct trivială), bucuriile întâmplătoare și derizorii.

Nu numai că nu putem avea încă bucuriile voastre, dar nici nu suntem pregătiți, întotdeauna, să le înțelegem. Îngăduiți-mi să dau un exemplu. Ideologia comunistă, incapabilă să garanteze un nivel de viață decent (ca să nu vorbim de bunăstare) și preocupată mai curând să compromită, prin teroare, bucuria de a trăi, ținea foarte mult la tematica fericirii și la ritmica marșului victorios. Cu alte cuvinte, bucuria era, în același timp, imposibilă și obligatorie. Cu atât mai obligatorie cu cât era mai imposibilă. Autorii melancolici erau amendați drastic, proletarul trebuia să creadă într-un viitor luminos, arta trebuia să fie tonică, mobilizatoare, euforizantă. Până și tragediile trebuiau să fie optimiste. Din când în când, de Ziua Națională și la 1 Mai, se organizau mari defilări entuziaste, care să exprime fericirea generală: elevii zburdau după trasee fixe, muncitorii raportau creșteri utopice ale producției, armata își etala înzestrarea necesară luptei pentru pace. Alături de sportivi, jandarmi și tractoriști, toți „oamenii muncii” trebuiau să participe la aceste uriașe manifestări populare, purtând lozinci ale biruinței, steaguri și portrete ale conducătorilor. Pentru toată lumea, singurele bucurii reale prilejuite de asemenea demonstrații erau efectele lor „colaterale”: se dădea liber de la serviciu și se găseau, brusc, crenvurști și bere. În rest, isteria colectivistă, retorica propagandistică, scenografia triumfalistă nu făceau decât să intensifice marasmul general. În comunism, *bucuriile comunitare* erau abominabile, pentru că erau impuse și mincinoase. Prin contrast, *viața interioară*, valorile individuale, convivialitatea micului grup de prieteni căpătau o importanță specială. *Universul privat* era singurul capabil să asigure supraviețuirea sufletească și intelectuală. Bucuria se cupla, așadar, mai curând cu *concentrarea* decât cu *expansiunea*,

ceea ce nu corespunde cu metabolismul obișnuit al unei emoții pozitive. „Bucuria – spunea Sf. Augustin – e expansiunea sufletului (*diffusio animi*), în vreme ce tristețea este contracția lui.” Ei bine, comunismul și dictaturile în genere reușesc să răstoarne lucrurile. Ele produc *bucurii ale contracției*, ale reducției voluntare, ale restricției. Exagerând puțin, aș spune că în regimurile dictatoriale bucuria are ceva din metabolismul suferinței: e amară, gâtuită, astringentă. Nu întâmplător, jurnalul de detenție al unui mare intelectual evreu din România, Nicu Steinhardt, se intitulează *Jurnalul fericirii*. Un fel de a spune că dezastrul pușcăriei nu e incompatibil cu bucuria interioară, dar și că bucuria prizonierului e inevitabil contaminată de atmosfera concentraționară.

Marcat de astfel de experiențe, esticul nu e pregătit să înțeleagă simpatia unanimă existentă, în Vest, pentru mișcările de stradă, pentru marile demonstrații publice, destinate să exprime protestul, solidaritatea sau, pur și simplu, bucuria comunitară. Civismul, în această variantă, i se pare ușor carnavalesc. Obișnuit cu defilările impuse și educat, sub amenințare, să se abțină de la protestul colectiv, est-europeanul nu pricepe cum pot organiza oamenii, *de bunăvoie*, „marșuri de Paști” patronate de emblema lui Che Guevara, în loc să petreacă în liniște cu câțiva prieteni, și care e miza unor proteste stradale zgomotoase, când protestatarii nu riscă nimic și totul e, de fapt, un prilej de amuzament, de „socializare” cochetă. Înțelegem, desigur, că oamenii au nevoie să se exprime, că vor să se comporte responsabil, să-și demonstreze luciditatea civică, angajamentul, rostul politic. Dar miza ni se pare mică și formele de manifestare – candid juvenile. În plus, ne tulbură să constatăm că sute de mii de oameni se mobilizează, pe tot globul, pentru a condamna războiul din Irak, dar că împotriva unor dictatori sângheroși de tipul Kim Jong Il,

Ceaușescu, Saddam Hussein, Gaddafi sau Fidel Castro nu s-au născut niciodată mișcări *de asemenea anvergură*. Steven Spielberg declara de curând că cele opt ceasuri petrecute cu longevivul dictator cubanez au fost cele mai frumoase opt ceasuri din viața sa. Iată o bucurie care rămâne refuzată est-europenilor. Nu suntem încă pregătiți să ne bucurăm de Fidel Castro, să-l invocăm pios pe Mao, să ne împrietenim, în numele dreptului internațional, cu guvernul rus, ca și când Cecenia n-ar exista.

S-ar spune că, în anumite privințe, noi luăm în glumă ceea ce dumneavoastră luați în serios și luăm în serios ceea ce dumneavoastră luați în glumă. Pentru a ajunge la un numitor comun, ar trebui ca și dumneavoastră, și noi să avem mai mult umor. În ce ne privește, avem oarecare antrenament, pentru că, sub dictatură, umorul era adeseori o sursă de bucurie compensatoare, o soluție de supraviețuire. Dar era un umor „de fermentație”, un umor fără mare legătură cu veselie. Un fel de a râde *în ciuda* fundalului lipsit de orice haz al ideologiei totalitare. Peter Berger, un sociolog care trăiește la Boston, dar s-a născut la Viena, vorbea, la un moment dat, despre „teribila lipsă de umor a ideologiilor revoluționare din vremea noastră”. Nu există dictatori cu umor. Și singurul fel de a nu te lăsa prost de prostia sumbră, crudă a „revoluționarilor de profesie” este tocmai umorul. Ceea ce avem însă de învățat acum este umorul destins, solar, al oamenilor liberi, un umor a cărui motivație nu e, în primul rând, defensivă neputincioasă, ci o sănătoasă bună dispoziție.

Unificarea europeană va însemna, între altele, și *o unificare a bucuriilor noastre*, o armonizare a experienței bucuriei din Est cu experiența bucuriei din Vest. Vom învăța să ne bucurăm de aceleași lucruri și, mai ales, vom învăța să ne bucurăm unii de alții. Trebuie să știți că, înainte de 1989, am admirat fără invidie stilul de viață apusean. „Fericirea

altora – spune undeva Balzac – poate fi o sursă de bucurie pentru cei care nu pot fi fericiți.” Chiar și acum, noi ne bucurăm mai mult de dumneavoastră decât vă bucurați dumneavoastră de noi... Cred, totuși, că avem o temelie comună pentru a reconstrui o bucurie împărtășită de ambele tabere. Avem de refăcut unitatea europeană, pe care dezastrul celui de-al Doilea Război Mondial a surpat-o. Avem de înălțat o casă în care să conviețuim după marele incendiu de la Yalta. Iar *reconstrucția*, oricât de grea, e una din cele mai mari bucurii ale omului. Asta spune, în orice caz, o scurtă poveste hassidică, reprodusă de Martin Buber: „*Cel care se bucură cu adevărat e asemenea unuia cărui i-a ars casa și care, lovit de necaz în adâncul inimii, începe să construiască, totuși, o casă nouă. Și pentru fiecare cărămidă nou-așezată, inima lui se umple de bucurie*”.

(Conferință ținută la deschiderea Festivalului internațional de la Salzburg, 25 iulie 2003; text apărut în *Dilema*, nr. 540)

45. Explicați următoarea glumă interculturală:

Care este diferența dintre Rai și Iad? În Rai, poliția este britanică, chelnerii sunt francezi, mecanismele – nemțești, amanții – italieni și totul e organizat ca în Elveția. În Iad, chelnerii sunt britanici, mecanicii – francezi, amanții – elvețieni, poliția – germană și totul e organizat de italieni.

III. STILURI CULTURALE DE COMUNICARE

Între cultură¹ și comunicare² există relații și condiționări complexe. Cultura este un set de patternuri ce organizează viața socială și un ansamblu de constructe cognitive în baza cărora membrii unei comunități tranzacționează semnificații în procesul comunicării. Ca ansamblu al modurilor de viață, al credințelor, mentalităților și valorilor unei societăți, cultura modelează toate formele de comunicare dintre membrii comunității; în același timp, formele specifice de comunicare din cadrul unei societăți determină felul în care indivizii conceptualizează realitatea. Pe de o parte, lumea reală impune discursului limite de expresie și conținut; pe de altă parte, limba configurează lumea și ghidează înțelegerea ei. Prin această intercondiționare, realitatea se constituie la intersecția dintre lumea faptic-obiectivă și lumea construită prin discurs subiectiv. Gândurile, credințele, ideile, emoțiile individului, construite în dialog cu ceilalți membri ai societății, sunt exteriorizate prin limbă. Formele lexicale, gramaticale și retorice pe care le vehiculează limba sunt internalizate ca realitate reconstruită – forme de socializare, roluri sociale, expectații sociale –, într-un cuvânt, ca forme culturale de cunoaștere. În continuumul realității obiective limba operează decupaje motivate cultural, iar discursul creează o realitate subiectivă a culturii care

1. Pentru detalii privind conceptul de *cultură*, vezi capitolul II.

2. Pentru detalii privind conceptul de *comunicare*, vezi capitolul I.

îl produce. Deci relația dintre limbă și cultură este tautologică: „Cultura este comunicare, iar comunicarea este cultură” (Hall, 1959). Altfel spus, comunicăm așa cum ne programează cultura, cultura ne programează să comunicăm așa cum comunicăm, comunicăm așa cum comunicăm: „Ființa umană trăiește în plasa de semnificații țesută de ea însăși” (vezi Terzea-Ofrim, 2002, p. 16). Pentru cercetător, limba este o cale de acces spre cultură, iar cultura oferă motivații pentru alegerile comunicative¹.

În concluzie, cultura este un filtru pentru opțiunile comunicative de care dispun membrii unei comunități lingvistice. „Comunicarea este unică în cadrul fiecărei culturi, dar, în același timp, există asemănări și deosebiri sistematice între culturi” (Gudykunst, 2003). De aceea se vorbește despre stiluri comunicative determinate cultural; pe scurt, discurs (ancorat) cultural:

Definim discursul cultural ca un sistem complex de expresie, de termeni, teme, forme și semnificațiile lor pe care oamenii le folosesc în diverse ocazii pentru a-și configura și organiza viața socială. Folosim termenul *cultural* având în vedere credințele și valorile pe care oamenii le împărtășesc în viața publică pentru a-și defini identitatea și apartenența; folosim termenul *discurs* cu accepția lui pragmatică de practici de expresie ocurente în situații sociale specifice: prin *termeni* și *teme* ne referim la cuvintele propriu-zise, enunțurile și imaginile (verbale și nonverbale) pe care le folosesc oamenii, precum și la domeniile de semnificații pe care acestea le pun în joc; prin *forme* înțelegem mijloace de expresie recunoscute de societate, de la acte independente, cum sunt solicitările, la secvențe complete de acte, cum sunt ritualurile; prin semnificații înțelegem concepte

1. Mircea Vulcănescu (1991, p. 95) își fundamentează cercetarea privind „Dimensiunea românească a existenței” tocmai pe relația dintre limbă și cultură: „Materialul pe care se poate sprijini o astfel de cercetare ne poate fi dat mai ales [...] de configurația limbii și de structura simbolurilor expresive cu circulație generală în poporul românesc, altfel zis, de calapoadele de gând pe care s-au croit cuvintele”.

de bază și premise despre a fi, a acționa, a relaționa, a simți, a locui, recunoscute de oameni ca parte a vieții lor cotidiene. Fiind un construct complex, [cercetarea] discursul[ui] cultural își îndreaptă atenția spre resursele specifice pe care le folosesc oamenii pentru a construi semnificații, explicitând sistemul expresiv din care fac parte aceste resurse (Carbaugh, Wolf, 1999, p. 24).

Stilurile culturale de comunicare sunt locul în care limba și cultura se întâlnesc. Acestea sunt cercetate, prin relativizarea perspectivelor, în cadrul studiilor de comunicare (mono)culturală (engl. [*mono*]cultural communication), comunicare transculturală (engl. cross-cultural communication), comunicare interculturală (engl. intercultural communication). Domeniul comunicării (mono)culturale cercetează specificul comunicării în cadrul unei culturi date, specificul formelor de comunicare ancorate într-o anumită cultură (de exemplu, stilul de comunicare specific culturii române – vezi capitolul V). Domeniul comunicării transculturale cercetează comparativ stilurile comunicative din două sau mai multe culturi (de exemplu, stilul de comunicare american comparativ cu cel japonez, cel japonez comparativ cu cel chinez, cel francez comparativ cu cel german – vezi referiri în acest capitol, *infra*). Domeniul comunicării interculturale studiază modul particular în care comunică indivizi proveniți din culturi diferite, într-o situație de comunicare față în față, precum și rezultatele interacțiunii lor (vezi referiri în acest capitol, *infra*). Integrarea celor trei domenii într-o perspectivă unitară și coerentă conduce la o mai bună cunoaștere și înțelegere a asemănărilor și deosebirilor privind relațiile complexe dintre limbă și cultură, în diverse situații de comunicare, conducând la importante predicții teoretice și practice.

1. Relativismul

Studiile de comunicare (mono)culturală, transculturală, interculturală stau sub semnul relativismului: al relativismului lingvistic și al relativismului funcțional.

1.1. *Relativismul lingvistic*

Relativismul lingvistic, cunoscut și sub numele de „determinism lingvistic” sau ipoteza „Whorf-Sapir”, explică diferențele dintre limbi prin diferențe între formele de cunoaștere ale membrilor unei comunități date, iar diferențele dintre realitățile subiective ale unei comunități prin diferențele de limbă:

Oamenii nu trăiesc doar în lumea obiectivă, în lumea activității sociale, ci sunt în egală măsură și prizonierii limbii pe care o vorbesc, care este mediul de expresie al societății în care trăiesc [...]. De fapt, „lumea reală” este în mare măsură constituită, în mod inconștient, din obișnuințele de limbaj ale grupurilor (Sapir, 1921, *apud* Terzea-Ofrim, 2002, p. 23).

Teoria postulează existența unei relații sistematice între gândire și limbă: între modul în care vorbitorii înțeleg (percep, conceptualizează) realitatea și categoriile (lexico-)gramaticale ale unei limbi.

Disecăm natura pe liniile trasate de limba noastră maternă. Categoriile și tipurile pe care le izolăm din lumea fenomenelor nu le găsim acolo pentru că sar, pur și simplu, în ochi oricărui observator; dimpotrivă, lumea se prezintă într-un flux caleidoscopic de impresii pe care mintea noastră trebuie să le organizeze – iar sarcina revine sistemelor lingvistice din mintea noastră. Tăiem lumea în bucăți, o organizăm în concepte și atribuim semnificații așa cum atribuim în special pentru că suntem parte a acestui contract care prevede să o

organizăm în acest mod – un contract la care participă întreaga comunitate de vorbitori și care este codificat în patternurile limbii. Când privesc universul, nu toți observatorii sunt călăuziți de aceleași evidențe fizice, decât dacă fundalurile lor lingvistice sunt similare sau dacă pot fi cumva calibrate (Whorf, 1956, pp. 213-214).

Ființele umane nu trăiesc doar în lumea obiectivă sau doar în lumea activității sociale cum este ea înțeleasă în mod curent, dar depind foarte mult de limba particulară care a devenit mediul de expresie al societății lor. Este pur și simplu o iluzie să credem că oamenii se adaptează realității în absența folosirii limbii sau că limba este doar un mijloc accidental folosit pentru rezolvarea problemelor de comunicare și reflecție. Esența problemei constă în faptul că „lumea reală” se clădește, în mare parte în mod inconștient, pe obiceiurile lingvistice ale grupului. Nu există două limbi suficient de asemănătoare pentru a putea considera că ele reprezintă aceeași realitate socială. Lumile locuite de diverse societăți sunt lumi diferite, nu doar aceeași lume pe care cineva a pus etichete diferite... Vedem, auzim și trăim experiențele într-un anumit mod pentru că obișnuințele lingvistice ale comunității din care facem parte ne creează predispoziția de a face anumite alegeri și interpretări (Sapir, 1949, p. 69).

1.2. *Relativismul funcțional (Halliday, 1973)*

Relativismul funcțional pleacă de la premisa că formele specifice pe care le vehiculează o limbă dată sunt determinate de uz, adică de nevoile sociale și personale ale utilizatorilor, exprimând în același timp modul în care oamenii concep și percep societatea în care trăiesc. Formele lingvistice codifică o reprezentare a lumii aparținând unei societăți determinate, cu toate elementele ei specifice. Și cum societățile se constituie din medii diverse sub aspect istoric, geografic, al valorilor, credințelor, obiceiurilor etc., limbile sunt diferite. Teoria postulează o relație sistematică între nevoile de comunicare în cadrul societății și limbă, influențând gândirea ca urmare a cristalizării acestor relații sistematice în forme de comunicare constante, recurente.

1.3. *Universalismul*

O modalitate opusă de interpretare a relației dintre limbă și cultură este universalismul, care stipulează existența unor primitive semantice universale, combinate cu dotarea genetică a individului, care se naște cu „facultatea limbii”. În felul acesta se accentuează asemănările dintre limbi, nu diferențele dintre ele (vezi, printre alții, Chomsky, 1985; Pinker, 1994).

Și totuși, cele două teorii aparent opuse devin compatibile dacă „distingem între nivelul atomic și nivelul molecular al reprezentărilor semantice”. La nivel atomic se poate vorbi de reprezentări semantice în termenii unor primitive semantice, în timp ce la nivel molecular (la nivelul combinării „atomilor”) rezultă combinații specifice unei limbi date, având efecte conceptuale specifice asupra utilizatorilor (Gudykunst, 2003, p. 56).

Concluzii. Înglobând la nivel atomic universalismul, relativismul (cel lingvistic și cel funcțional) stipulează: (i) existența unor diferențe între limbi, rezultate din corelații sistematice între limbă, gândire, uz social; și (ii) egalitarismul, adică egalitatea tuturor limbilor, în condițiile în care acestea servesc scopurile unei culturi determinate și nevoile de comunicare ale membrilor unei societăți anume.

2. Diferențe comunicative induse cultural

Pentru a înțelege felul în care oamenii folosesc limba, trebuie să înțelegem felul în care limba este modelată și construită de cultură (Philipsen, *apud* Gudykunst, 2003, p. 57). Diferențele comunicative induse cultural se plasează la două niveluri aflate în interacțiune: *lingvistic* (diferențe lexico-semantice și gramaticale) și *discursiv* (scripturi culturale, practici discursive, structura interacțiunii verbale, relațiile interpersonale și instituționale din

cadru societății, relația dintre elementele verbale și cele non-verbale în cadrul comunicării).

2.1. *Nivelul lingvistic*

Discursul se construiește la intersecția decupajelor pe care structurile lexico-gramaticale ale unei limbi date le operează în lumea reală.

Semnificațiile cuvintelor sunt fapte sociale, care nu pot fi schimbate de indivizi, indiferent de proeminența lor socială (Wierzbicka, 2006a, p. 18).

În continuumul realității, limba, prin intermediul cuvintelor și al structurilor lingvistice, operează decupaje împărtășite și validate cultural. Pe de o parte, cunoașterea lumii, modul în care indivizii se raportează la realitate se corelează, în planul limbii, cu interacțiunile dintre lexic, semantică și gramatică; pe de altă parte, fenomenele lingvistice sunt urme ale unor procese cognitive determinate cultural. Există deci o interdependență între reprezentările cognitive și reprezentările lingvistice: „There is no meaning nor existence to universe apart from the cognitive map, and this map is recoverable from the structures of language” (Givón, 1979, p. 351).

2.1.1. *Lexicul*

Cuvintele nu numesc realități universale, ci realități construite cultural pe bază unor percepții sociale determinate, convenționale. Vocabularul fiecărei limbi reflectă experiențele particulare ale unei comunități date („Vocabulary is a very sensitive index of the culture of the people” – Sapir, 1949, p. 27). Realitatea, ca fapt obiectiv și continuu, există; diferă doar modul în care, prin

intermediul limbii, diverse comunități o segmentează în unități discrete. Factorii care influențează decupajele lumii sunt de natură geografică, istorică, socială.

Realitățile culturale pe care le numesc cuvintele sunt determinate de spațiul geografic în care comunitatea respectivă trăiește, de istoria sa, de practicile sociale. De exemplu, conceptul de *vară* are reprezentări diferite în diverse spații geografice – la poli, în zonele temperate și la ecuator –, ca și *zăpadă*, *soare*, *cald* sau *frig*; sintagma *strămoșii noștri* își asociază reprezentări, atitudini și valori diferite în cultura română, în cea britanică, în cea rusă sau în cea americană; conceptul *viteza legală pe autostradă* depinde de convențiile sociale specifice unei societăți date: este de 110 km/h în Finlanda, 120 km/h în Suedia, 130 km/h în Italia și România, nelimitată în Germania; în diverse momente istorice, sintagma *vecinii de la Nord ai țării noastre* a avut referenți diferiți – Polonia, Uniunea Sovietică, Ucraina; cuvântul *rugăciune* își asociază practici și semnificații diferite în religia creștină, în cea iudaică, în cea musulmană.

Zonele de semnificație admit partiții diferite de la o limbă-cultură la alta. De pildă, faptul că în limba eschimoșilor există aproximativ 60 de termeni pentru *zăpadă*¹, doar doi-trei în limbile europene și nici unul în culturile africane reflectă un mod diferit de viață, de conceptualizare a realității, semnaleză elementele relevante legate de construirea și perceperea realității în cultura respectivă (ipoteza determinismului lingvistic – B. Whorf); cu toate acestea, experimentele au demonstrat că și un locuitor de la ecuator poate percepe fenomenul *zăpadă*, îl descrie în manieră similară cu un eschimos, dar îl interiorizează diferit. Limba unui trib din Brazilia (piraha) conține doar trei

1. Acest exemplu clasic a fost intens dezbătut: s-a invocat, de pildă, faptul că în realitate există un număr mult mai mic de termeni (trei-patru), iar inventarul numeros ar fi rezultat din punerea laolaltă a cuvintelor unor limbi diferite, căci sub numele generic „limba eschimoșilor” s-ar identifica mai multe idiomuri înrudite.

cuvinte-numeral (unu, doi, mulți), iar cercetările au demonstrat că oamenilor din acest trib le lipsește chiar și abilitatea de a număra de la trei în sus; dar ei nu au nevoie nici de cuvintele corespunzătoare celorlalte numere, nici de abilitatea respectivă, dată fiind viața lor de vânători nomazi, care nu au nevoie să numere nimic. Cuvântul românesc *nepot* desemnează simultan două realități: „copilul copilului meu” și „copilul fratelui meu/surorii mele”, redată în engleză, de pildă, prin lexeme diferite: *grandson*, respectiv *nephew*, iar în aromână există doi termeni diferiți pentru *unchi* (*lăle* – unchi; *tăta mare* – unchiul cel mai în vârstă din partea tatălui) sau pentru *mătușă* (*tătă* – mătușă; *măma mare* – mătușa cea mai în vârstă din partea tatălui), în timp ce un termen special, *bagianac*, desemnează rudenie stabilită între soții a două verișoare primare. Gradele de rudenie există ca atare în limbile respective, deși, pentru denumirea lor, vorbitorii recurg în mod diferit la cuvinte și realizează decupaje diferite în continuumul realității. Cuvântul *câine*, în limba chineză, acoperă o realitate suplimentară pe care nu o desemnează în culturile occidentale, și anume, aceea de „hrană”; cu toate acestea, indivizi din culturile europene au trăit experiența acestei realități culturale și pot înțelege încărcătura semantică suplimentară a termenului, chiar dacă nu este proprie culturii din care provin. Semnificația „conform cu normele esteticii” este redată în română prin cuvinte ca *superb*, *frumos*, *drăguț*, *mișto*, în engleză prin *superb*, *beautiful*, *nice*, *pretty*, *handsome*, *cute*, în franceză prin cuvinte ca *superbe*, *beau*, *jolie* etc.; în cadrul fiecărei limbi (română/engleză/franceză), seriile se organizează într-un mod particular, punând în evidență diferențe graduale între termeni (*superb* – grad maxim, *drăguț* – grad mic), diferențe privind capacitățile de combinare cu alte cuvinte (*pretty woman/handsome man*), diferențe de repartiție stilistică (*frumos* – standard, *mișto* – argotic).

Pentru denumirea aceleiași realități, limbile pot folosi sintagme în a căror structură intră cuvinte cu semnificații diferite: rom. *struguri*

negri, engl. *red grapes*; rom. *roșu de invidie*, fr. *jaune d'envie*, engl. *green with envy*, it. *rosso per l'invidia*. Expresiile idiomatice conservă, fosilizate, elemente de cultură: rom. *la o aruncătură de băț*, engl. *at a stone's throw*; rom. *a fi în pielea altuia*, engl. *to be in one's shoes*.

Cuvinte corespondente pot desemna realități diferite: rom. *purpuriu* („roșu, de culoarea purpurei”), engl. *purple* („vânat, vinețiu”); rom. (*om*) *intelligent* poate însemna într-o cultură „(om) care gândește repede și are abilitatea de a se exprima bine” sau „(om) care vorbește numai după ce a cumpănit cu grijă răspunsul și este sigur de competența sa în domeniu”. Asociațiile mentale dintre cuvinte și lucruri sunt diferite de la o cultură la alta: *dracul* este negru în cultura română, dar roșu în culturile occidentale; substantivul *vacă*, pentru indieni, se asociază cu semnificația „animal sacru”, pe care în culturile occidentale nu o are.

Există cuvinte a căror semnificație culturală diferă de cea literală, de dicționar. De exemplu, în culturile arabe – în contexte de tipul: *Când primiți la magazin această piesă de mașină?/Măine, mâine* semnifică „Nu știu/Niciodată”, într-o formă politicoasă, indirectă de răspuns.

Metafore ale limbajului comun – catahreze – reflectă conceptualizări diferite ale realității: rom. *la poalele muntelui*, engl. *at the hill's foot*; rom. *bou* („om prost”), engl. *ox* („om harnic, muncitor”).

Implicațiile semantice ale cuvintelor diferă de la o limbă la alta. De exemplu, în română, *a decide* presupune pur și simplu „a formula o rezoluție” (*Comisia a decis...*), în timp ce, în engleză, *to decide* implică existența „unui proces controversat, a unei dispute la capătul căreia s-a ajuns la o concluzie”; *a face un compromis* are doar implicații pozitive în Marea Britanie și Irlanda („înțelegere din care ambele părți au ceva de câștigat”), în America de Nord poate avea uneori – în situații competitive extreme – și implicații negative („ambele părți au pierdut ceva”), iar în România are o conotație preponderent negativă („a face o concesiune”), dată de contaminarea cu sensul verbului *a (se) compromite* și al adjectivului

participial corespunzător, *compromis*. Cuvântul *business* are o conotație pozitivă în culturile de limbă engleză, dar echivalentul său românesc *afacere* a avut o conotație ideologică negativă în societatea comunistă, ca și *capitalism*, *profit*, *concurență*; *individualist* poate avea o conotație pozitivă în unele culturi, „pe picioarele lui, capabil să-și ia viața pe cont propriu”, în altele, o conotație negativă, apropiată de „egoist”. Mai mult chiar, sub presiunea ideologiei, anumite cuvinte pot deveni la un moment dat „politic corecte/incorecte”: *persoane cu dizabilități fizice sau psihice/handicapat* (Statele Unite), *tovarăș/domn* (România, perioada comunistă).

Uzul unor sintagme/cuvinte este restricționat de convenții socioculturale: dacă în cultura română sunt acceptate sintagme ca *doamna Emilia*, *domnișoara Maria*, *domnul Florin*, această asociere pare ciudată locuitorilor din Europa de Vest, așa cum folosirea ca apelative, în culturile de limbă engleză, a termenilor *Mister* (în loc de *Sir*) și *Misses* (în loc de *Madam*) este agresivă, vulgară; în cultura spaniolă, numele de familie este folosit în comunicarea interpersonală de interlocutori între care gradul de intimitate este relativ mic, în timp ce, în cultura română, folosirea numelui de familie (neînsoțit de apelativul *domn/doamnă/domnișoară*) este impropriu și apare doar emfatic pentru marcarea solidarității de grup sau, în presă, ca expresie a unei perspective obiective asupra evenimentelor.

În ciuda unor echivalențe de traducere dintr-o limbă în alta, cuvintele/sintagmele pot reflecta practici discursive, structuri culturale și relații sociale diferite. De pildă, engl. *give a talk* presupune un discurs public informal frecvent în culturile anglo-saxone, spre deosebire de cultura franceză, unde *faire une communication*, *faire un exposé* presupune o comunicare, o expunere formală. În lumea anglo-saxonă, conceptul exprimat prin termenul *communication* este extrem de important, având ca echivalent în cultura rusă conceptul *obščenie*, o formă de comunicare interpersonală presupunând „a fi împreună și a vorbi” cu alte persoane. În culturile anglo-saxone se face distincție

între *answers* și *replies*, inexistentă în limbile europene. Conceptele desemnate prin fr. *demande*, germ. *Bitte*, rus. *pros'ba* nu au echivalent în engleză, termenul cel mai apropiat ca sens, deși oficial și folosit doar în anumite situații, fiind *request* (apud Wierzbicka, 2006a). Practicile discursive evocate prin acești termeni își au rădăcinile în ideologia societăților respective. Alteori, termenii se corelează cu practici sociale. Astfel, în cultura americană, puternic individualistă, termenul *friend* (rom. *prieten*) se definește prin: absența unor comportamente formale sau ritualizate, a unor norme de comportament sau obligații; importanța asemănării cu celălalt; afecțiune, încredere, sprijin, onestitate, loialitate. În alte culturi, colectiviste, prietenia impune obligații și responsabilități. În același timp, cultura americană face distincție între un comportament prietenos (apropiat, sincer) de care oamenii dau dovadă din primele momente ale interacțiunii cu un străin și prietenia adevărată, rară, nu foarte intensă și în general de scurtă durată. Prietenia, în general, este asociată în cultura americană cu popularitatea, cu succesul social. De altfel, există foarte mulți determinanți adjectivali folosiți pe lângă substantivul *friend* pentru a reflecta mai exact tipul relației: *casual friend*, *close friend*, *best friend*, *good friend*, *true friend*, *real friend*. Termenul echivalent din cultura germană, *Freund*, se folosește restrictiv, aplicându-se doar prietenilor apropiați (engl. *close friend*).

Mai mult decât o diferență de semnificație latentă și partiție în continuumul realității, cuvintele poartă și încărcătura viziunii despre lume a unui grup etnic. În culturile occidentale, de pildă, prietenia este văzută ca o „chimie” a personalităților, definibilă ca „atracție mutuală, atașament, simpatie”; în culturile budiste, relațiile își au rădăcinile în ciclurile vieților succesive și sunt supuse unor cauze complexe neînțelese de individ, numite *yuan*, care determină construirea relațiilor, tipul și profunzimea lor.

Unele cuvinte sunt aproape intraductibile, desemnând realități culturale ce nu au corespondent într-o altă cultură: engl. *self-assertion*, *privacy*, rom. *dor*.

2.1.2. Gramatica

Mai mult decât simpla variație tipologică, structurile gramaticale specifice unei limbi reflectă moduri diferite de raportare la realitate.

...cei care utilizează [limbi cu] o gramatică semnificativ diferită sunt ghidați de gramatica pe care o folosesc să observe și să evalueze în mod diferit obiectele externe ale unui act de observare și deci nu sunt echivalenți ca observatori, ajungând prin aceasta la viziuni diferite asupra lumii (Wierzbicka, 2006a, p. 87).

Astfel, unele limbi nu marchează genul substantivului (de exemplu, limba engleză), în timp ce în altele există trei genuri gramaticalizate – masculin, feminin, neutru (ca în germană, franceză, română, de pildă) – sau reflectând concepții ancestrale privind forțele binelui și forțele răului¹. O entitate poate fi conceptualizată ca numărabilă sau nenumărabilă (rom. *pâine*, *pâini*, engl. *bread*), desemnată prin singular sau plural (rom. *mazăre*, engl. *peas*; rom. *fasole*, engl. *beans*; rom. *mulți bani*, engl. *much money*). Referirea la inanimate se face printr-un pronume special în engleză (*it*), dar printr-un pronume comun animatelor și inanimatelor în limbile romanice (rom. *el*, *ea* / fr. *il*, *elle* / it. *lui*, *lei* / sp. *ello*, *ella*). Sistemul gramatical al politeții se materializează prin desemnarea interlocutorului printr-un singur pronume în engleză – *you* –, prin două în franceză – *tu*, *vous* –, prin trei în română – *tu*, *dumneata*, *dumneavoastră* –, în funcție de relația de deferență dintre interlocutori, prin mai mulți termeni în japoneză, în funcție de statutul social, rangul, sexul, vârsta interlocutorului: *omae*, *kimi*, *ariate*, *kisama*, *anata-sama* etc.;

1. Titlul unei cărți scrise de George Lakoff este *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind* (1987) – titlul cărții ilustrează principiul în baza căruia substantivele dintr-o limbă africană sunt încadrate în genul feminin: toate substantivele referitoare la femei, la foc și la lucruri periculoase.

referirea reverențioasă la interlocutor se face prin utilizarea unei forme de persoana a II-a în română (*dumneata, dumneavoastră*), dar printr-o formă pronominală de persoana a III-a în italiană (*lei*). Continuumul temporal este segmentat diferit de la o limbă la alta, prin formele verbale (prezența în engleză/absența în română a timpului *present perfect*; prezența în engleză/absența în română a aspectului continuu gramaticalizat etc.) sau prin reguli de concordanță a timpurilor în vorbirea indirectă – absente în română, prezente și bine formalizate în engleză sau franceză. În majoritatea limbilor europene, timpul este văzut ca o linie, presupunând o succesiune de momente: trecut, prezent și viitor; în cultura amerindienilor hopi, timpul este conceptualizat ciclic, nu liniar, ca o entitate difuză, în interiorul căreia acționează categoria intensității, inexistentă în limbi precum engleza, franceza, rusa etc. În limba civilizației zulu există două timpuri trecute: trecutul care nu are efect în prezent și trecutul care are efect în prezent. Frecvența structurilor sintactice cu diateza pasivă din limba rusă a fost pusă în legătură cu o atitudine culturală pasiv-contemplativă a individului în lume, în timp ce preferința pentru structurile active din culturile anglo-saxone este asociată cu atitudini active, cu o filosofie a lui *to act*. În dialectul mandarin nu există condițional, deoarece oamenii din Orient evită în general dezbateră, speculația, orientându-se în special spre aplicații practice.

2.2. Nivelul discursiv

Proiecția sistemului abstract al limbii în planul vorbirii, al interacțiunii într-un context determinat, pune în evidență diferențe de natură discursivă între limbi.

2.2.1. Scripturile culturale

Procesul comunicării are subiacente scripturi culturale, pe care le activează și le evocă secvențial. Scripturile culturale reprezintă un ansamblu de norme care organizează interacțiunile verbale, conferindu-le semnificație. Ele includ elemente de comportament social, de gândire, de comunicare verbală și nonverbală (Hymes, 1968; Gumperz și Hymes, 1986/1972; Shweder, 1993; Wierzbicka, 1991/2003, 1994). Orice act de comunicare se desfășoară în cadrul unui script cultural, astfel încât enunțurile evocă secvențe ale aceluia script.

De exemplu, în majoritatea restaurantelor europene și americane, scriptul cultural este următorul: clientul intră în restaurant → se așază la masă → vine chelnerul → ia comanda → clientul așteaptă la masă comanda → chelnerul aduce comanda → clientul mănâncă → chelnerul aduce nota de plată → clientul achită → clientul pleacă. În majoritatea restaurantelor asiatice, scriptul cultural este: clientul intră în restaurant → se așază la coadă pentru a alege ce dorește să consume dintre preparatele expuse în vitrină → alege → face comanda și o achită la casă → se așază la masă și așteaptă comanda → chelnerul aduce comanda → clientul mănâncă → clientul pleacă. Constrânse de scripturi culturale, textele capătă semnificații culturale diferite. Un enunț ca *Am văzut-o aseară pe Ana la restaurant, eu tocmai plătisem, iar ea făcea comanda; n-am putut vorbi cu ea. O voi suna deseară* se decodează diferit în funcție de scriptul cultural. Conform scriptului european și american, enunțul implică faptul că „cei doi nu au putut vorbi pentru că au fost puțin timp împreună în restaurant: când vorbitorul tocmai pleca, Ana tocmai sosise”. Conform scriptului asiatic, enunțul sugerează că, „deși cei doi s-au aflat în restaurant o perioadă de timp în care ar fi avut vremea necesară pentru a sta de vorbă, totuși nu au vorbit din diverse motive posibile (fiecare era însoțit de cineva, unul dintre ei se grăbea, vorbitorul a ezitat să abordeze o anumită problemă în restaurant etc.)”.

Scripturile culturale au consecințe în planul textului. Într-un articol pe tema învățării limbilor străine în context intercultural, Goddard și Wierzbicka (2006) prezintă câteva astfel de corelații:

1. Un script cultural anglo-saxon legat de „autonomia personală” oamenii gândesc așa:
când cineva face un lucru, e bine ca acea persoană să gândească așa:
„Fac acest lucru pentru că vreau să-l fac”.

Consecințele în plan textual ale acestui script cultural sunt diverse: frecvența redusă a imperativelor, nefolosirea unor performative de tipul *Îți cer să...*, evitarea rugămintelor insistente ca o persoană să facă ceva, folosirea structurilor interrogative pentru a performa indirect acte de vorbire directive (*Nu ai vrea să...?*, *Ce ai spune dacă...?*, *Ai putea să...?*), formularea indirectă a directivelor în forma unor sugestii (*Poate ai vrea să...*).

2. Un script cultural rus legat de „autoexprimare” oamenii gândesc așa:
e bine că o persoană vrea ca și ceilalți oameni să știe ce gândește ea cu adevărat
e bine că o persoană vrea ca și ceilalți oameni să știe ceea ce simte ea cu adevărat.

Printre consecințele textuale ale acestui script se numără utilizarea frecventă a unor particule și interjecții prin care vorbitorii își exteriorizează gândurile și sentimentele: *Nepravda!* („Nu-i adevărat!”), *Ti ne prav* („N-ai dreptate!”), „Greșești!”), *Da net* (empatizând cu interlocutorul, „Nu!”), „Nu se poate!”), *podlec* („Om de nimic!”), „Netotule!”), „Jigodie!”), *blagorodnii* („Om nobil!”), „Om superior!”).

3. Un script cultural coreean legat de „deferință” oamenii gândesc așa:
când sunt în compania cuiva trebuie să gândească așa:
„Această persoană nu e ca mine”
„Această persoană îmi este superioară”

pentru că acum sunt în prezența acestei persoane, nu pot să fac anumite lucruri, nu pot
să spun anumite lucruri, nu pot să pronunț anumite cuvinte
dacă această persoană îmi spune: „Vreau să faci un anumit lucru”, eu nu pot să spun
„Nu vreau să fac asta”
dacă acea persoană vrea ca eu să fac un anumit lucru, ar fi bine să îl fac
ar fi foarte rău dacă această persoană s-ar simți prost din cauza mea.

Printre consecințele discursive ale acestui script se numără frecvența ridicată a onorificelor, a titlurilor, a formulelor de respect, folosirea diverselor registre (în funcție de statutul social al interlocutorului), evitarea refuzului de a face acțiunea cerută de interlocutor, evitarea răspunsului direct *nu*.

2.3. *Practicile discursive*

Configurația interacțiunilor verbale este constrânsă de practicile discursive specifice unei culturi date, încorporând elemente de mentalitate, de ideologie, modalități specifice de exprimare a identității culturale.

Ansamblul formelor, tehnicilor, mijloacelor și strategiilor de interacțiune verbală și nonverbală în cadrul societății reprezintă practicile discursive specifice acelei societăți.

De la o cultură la alta, strategiile comunicative la care vorbitorii recurg în diverse situații variază. De exemplu, o analiză a conferințelor de presă ținute de Ministerul chinez al Afacerilor Externe, respectiv de Departamentul de Stat American a evidențiat faptul că, pe parcursul interacțiunii, atât jurnaliștii chinezi, cât și cei americani au solicitat informații relevante pentru subiectul în discuție; dar, în timp ce chinezii solicitau în special comentarii generale din partea autorităților, americanii aveau tendința de a

cere clarificări și confirmări punctuale; în timp ce oficialitățile chineze evitau răspunsul sau dădeau răspunsuri insuficiente, oficialitățile americane formulau direct refuzul de a răspunde la o întrebare, însoțindu-l adeseori de o justificare. Diferențele de strategie au explicații culturale. Astfel, cultura chineză este preponderent orientată spre conservarea unor relații sociale armonioase în cadrul societății, spre activități de negociere a imaginii publice a interlocutorilor, care conduc la construirea unei imagini favorabile, atât a vorbitorului, cât și a interlocutorului; de aceea, pentru a nu afecta imaginea publică a interlocutorului, vorbitorii evită refuzurile directe, conflictele verbale, își maschează lipsa de cunoștințe într-un anumit subiect, recurg la strategii indirecte de comunicare. La polul opus, cultura americană promovează strategii directe de comunicare, în care transmiterea eficientă de informație prevalează asupra strategiilor de negociere a imaginii publice a interlocutorilor. În același timp, ideologia comunistă a societății chineze constrânge interacțiunea verbală, o controlează într-o măsură mai mare, îi dă un grad sporit de formalism și rigiditate: astfel, spre deosebire de conferințele de presă americane, în conferințele de presă ale chinezilor predomină perechile de adiacență întrebare-răspuns, neurmte de ratificări (*follow-up*) din partea jurnalistului, nu apar apelative și elemente de focalizare a discursului, nu apar glume (Jiang, 2006).

Structura interacțiunii verbale este configurată de strategiile de discurs adoptate: perechile de adiacență, trecerile de la o subtemă la alta etc. De pildă, o comparație între convorbirile telefonice dintre americani și convorbirile telefonice dintre germani a pus în evidență următoarele deosebiri: în timp ce vorbitorii americani preferă identificarea de către celălalt după timbrul vocii, vorbitorii germani preferă autoidentificarea, spunându-și numele; în timp ce interlocutorii americani schimbă formule politicoase de tipul *Ce mai faci?*, cei germani fie pur și simplu omit această formulă intrând direct în subiect, fie doar unul dintre interlocutori o rostește și cel mai adesea o transformă,

prin extindere, în prima temă a interacțiunii (Huth, Taleghani-Nikazm, 2006).

Un ansamblu de reguli contextuale organizează interacțiunile dintre membrii societății. De exemplu, în cultura americană, interacțiunea didactică (în clasă) este preponderent dialogică, astfel încât elevii sunt încurajați să pună întrebări, să-și exprime punctul de vedere, să argumenteze, să-l întrerupă pe profesor pentru a intra în dialog cu el; în culturile asiatice, interacțiunea didactică este preponderent monologică, iar studenții sunt învățați să-l asculte atent pe profesor, fără a-l întrerupe, să nu pună întrebări, să preia informația în mod necritic. Diferențele dintre cele două modalități de interacțiune se explică prin două sisteme ale politeții diferite: sistemul politeții ierarhice din țările asiatice și sistemul politeții egalitariste din Statele Unite (Scollon, Scollon, 1995).

Diferențe culturale apar chiar și în cazul unor texte canonice, cum ar fi scrisorile de afaceri, invitațiile oficiale sau private, e-mailurile, anunțurile oficiale, CV-urile, recomandările etc. Aceste tipuri de texte au formă (relativ) fixă, conformă cu un anumit protocol învățat explicit de membrii societății, ca modele de redactare și structurare a mesajului. Gradul de formalism al unei scrisori electronice este diferit de cel al unui e-mail din cultura americană (formulele introductive și finale, conținutul, formulele de adresare, libertățile stilistice admise); retorica recomandărilor este diferită în cultura germană și în cultura română; forma CV-urilor este alta în Europa și în Japonia; scrisorile de intenție se scriu diferit de la o cultură la alta; există culturi care interzic difuzarea unor tipuri de texte (în Coreea de Nord, de pildă, este interzis accesul la internet, în societățile totalitare sunt interzise chemările la grevă; discursul publicitar a fost cvasiabsent în societatea românească totalitară). O comparație între două texte specifice tranzacțiilor comerciale va evidenția diferențele culturale (domeniul englez – francez), pe fundalul unui conținut comun (adresarea unei plângeri pentru livrarea unor mărfuri de calitate necorespunzătoare):

We have today received the boxes referred to in your advice note of the... We are sorry to tell you that the goods are not according with the conditions of the order. We shall have to place the goods at your disposal and are awaiting your instructions. Would you please let us have your reply as soon as possible (Miroiu, 1992, pp. 48-50).

Nous avons été fort surpris de constater que la qualité de la marchandise est inférieure à celle que vous nous fournissiez habituellement. Sans doute, s'agit-il d'une erreur commise à l'emballage. Nous vous serions donc obligés de nous envoyer votre représentant le plus tôt possible, afin qu'il constate le fait par lui-même. Comptant sur une prochaine réponse, nous vous présentons, Monsieur, l'expression de nos sentiments très respectueux (Goldiș-Firoiu, 1995).

În scrisoarea redactată în limba engleză stilul este direct și precis, se fac referiri exacte la documente, se lasă la latitudinea partenerului de afaceri găsirea unei soluții pentru corectarea situației. Formulele de politețe sunt relativ scurte, întreaga scrisoare fiind redactată succint. În scrisoarea redactată în limba franceză, stilul este indirect și evaziv, se face referire la experiența de afaceri comună a celor doi parteneri; formulele de politețe sunt augmentate, iar pentru a diminua pe cât posibil efectele negative ale plângerii asupra interlocutorului se invocă posibile scuze pentru partener, se sugerează o soluție de rezolvare și totodată de validare a conținutului plângerii de către adresant.

Cultura impune restricții și în privința canalului de comunicare. Într-o anumită situație, unele culturi acceptă comunicarea mediată (telefon, e-mail, fax), în timp ce altele o refuză sau preferă comunicarea față în față, pentru că o percep fie mai eficientă, fie mai politicoasă.

2.4. Construirea semnificației

Semnificația se construiește prin mecanisme complexe, bazate pe interacțiunea mai multor elemente.

2.4.1. Gestionarea temei

Studiile au demonstrat că există diferențe culturale în structura tematică a textelor.

2.4.1.1. Tiparul discursiv

O diferență semnificativă ține de tiparul discursiv după care se organizează informația. *Tiparul discursiv* reprezintă modul de organizare și prezentare a datelor într-un text (scris sau oral), de obicei monologal. Există două tipare discursive fundamentale: tiparul inductiv și tiparul deductiv. *Tiparul inductiv* se bazează pe acumularea de date pentru formularea, în final, a unei concluzii ($A+B+C+D \rightarrow E$). *Tiparul deductiv* se bazează pe exprimarea ideii generale, a tezei la începutul textului, urmând ca aceasta să fie detaliată ulterior în cadrul discursului ($A \rightarrow B+C+D+E$). Următoarele două texte exemplifică, primul, tiparul inductiv, cel de al doilea, tiparul deductiv:

În cea mai mare parte, producția este asigurată de China. Nu suntem încă siguri de reacția Guvernului. Efectul reclamelor TV nu este în totalitate previzibil. Problemele ar trebui tratate cu oarecare precauție. Ar fi poate mai bine să mai așteptăm câteva luni înainte de a lua o hotărâre.

Părerea mea este că ar trebui să mai așteptăm 2-3 luni înainte de a lua o hotărâre definitivă. Ar fi o măsură de precauție pe care o luăm având în vedere că: în cea mai mare parte producția este asigurată de China, nu suntem siguri de reacția Guvernului, iar efectul reclamelor nu este în totalitate previzibil.

Ambele tipare de discurs au funcția de a reduce incertitudinea prin structurarea informației într-un mod predictibil de către ascultător/cititor. Diferă însă locul din text unde cititorul găsește esențializată ideea centrală asupra căreia este solicitat să-și concentreze atenția: în cazul tiparelor inductive, atenția se concentrează la sfârșitul textului, acolo unde este formulată concluzia; în cazul tiparelor deductive, atenția se concentrează la începutul textului, acolo unde este formulată teza. Cultura japoneză, de pildă, preferă patternurile inductive, în timp ce cultura americană, pe cele deductive.

Cele două tipare de discurs se asociază de obicei cu două stiluri distincte: stilul retoric (sofisticat, amplu, controlat, [auto]reflexiv, colectiv, respectând distanțele ierarhice, orientat spre autoexprimare și relația dintre interlocutori) și, la antipod, stilul utilitarist, non-retoric (clar, concis, sincer, pozitiv-empiric, individualist, egalitarist, orientat spre transmiterea eficientă a informației). În exemplele de mai sus, se observă că primul text, construit pe tiparul inductiv, nu este asumat de un vorbitor (persoana I), preferându-se pluralul colectiv-impersonal, termenii sunt vagi (*în cea mai mare parte, încă, oarecare, ar fi poate*), faptele sunt prezentate într-o enumerare cu perioadă retorică. Propozițiile sunt dispuse uniform, între ele neexistând conectori pragmatici care să explicitizeze relații logice de tipul cauzalitate, consecință, concesie, relații spațio-temporale etc. În textul organizat deductiv, enunțul este asumat de vorbitor (*părerea mea este*), termenii sunt preciși (*2-3 luni*), între faptele prezentate în text se stabilește în mod explicit o legătură de cauzalitate.

Apartenența textului la unul dintre tiparele discursive – tiparul deductiv sau tiparul inductiv – se corelează cu strategii diferite de organizare a informației, pe de o parte, dar și cu strategii diferite de lectură și interpretare, pe de altă parte.

2.4.1.2. Progresia tematică

Există două variante principale de progresie tematică: progresia tematică liniară și progresia tematică în spirală. *Progresia liniară* presupune introducerea, pe rând, a câte unei subteme și epuizarea ei, apoi a alteia și așa mai departe; *organizarea în spirală* presupune dezbateră simultană a două sau mai multe subteme și argumentarea lor globală, reveniri la o subtemă precedentă rămasă deschisă pentru comentarii suplimentare, reluări redundante ale unor subteme sau ale unor concluzii anterioare. În esență, diferența constă în grade diferite de structurare a mesajului, de corelare a (sub)secvențelor textuale, de relevanță locală, de adaptare la interlocutor. În culturile occidentale tema se organizează liniar, iar în culturile orientale – în spirală.

2.4.1.3. Gradul de focalizare

Toate temele și subtemele discursului se organizează în jurul unui focus, definit drept centru al interesului comunicativ. Strategiile discursive, gramaticale și lexicale prin care, de-a lungul unei succesiuni de secvențe discursive, vorbitorul/scriitorul aduce și menține în centrul atenției o idee centrală, dominantă, reprezentând, din punctul său de vedere, centrul interesului comunicativ, poartă numele de *focalizare*. Centrul interesului comunicativ poate fi definit mai precis sau mai vag, iar relația cu acesta a diverselor subsecvențe textuale poate fi mai strânsă sau mai laxă. Astfel, variația culturală se manifestă de-a lungul unui continuum între două extreme: focalizare maximă a informației, în culturile occidentale și în cultura americană – focalizare minimă a informației, în culturile din sud-estul Europei, din Europa Orientală și Asia.

Focalizarea maximă presupune un proces de negociere a informației constrâns de reguli clare, precise, ceea ce permite exprimarea fără echivoc a unui punct de vedere, concentrarea ideilor secundare în jurul unei dominante comunicative; se corelează cu preocuparea pentru detaliu, cu informația specifică/

particulară pentru o anumită temă, cu profunzimea și rigoarea analizei, coduri elaborate și păstrarea strictă în subiect, cu intervenții scurte și la obiect. *Focalizarea minimă* (sau nonfocalizarea) presupune reguli laxă și implicite de negociere a informației între participanți, astfel încât sensul se construiește contextual, în funcție de relațiile dintre participanți; accentul cade nu asupra informației, ci asupra relației dintre participanții la actul de comunicare; se corelează cu preferința pentru generalități, informație globală prezentată sintetic, superficialitate în dezvoltarea temei, coduri puțin elaborate, devieri de la subiect și digresiuni, intervenții lungi, nu întotdeauna direct relevante pentru tema abordată. Sintetizând, textul focalizat este strict orientat spre temă, în timp ce textul nonfocalizat deviază de la temă, orientându-se spre relația autor-cititor/ascultător.

2.4.1.4. Narativizarea

Gestionarea temei privește în egală măsură emițătorul și receptorul. Într-un studiu din 1980, Deborah Tannen prezintă un experiment făcut cu scopul de a pune în evidență corelația dintre cultură și modul de receptare a textului. Două grupuri culturale diferite – greci și americani – au privit un film pentru a povesti ulterior ce au văzut. Subiecții greci și-au centrat narațiunea pe interpretarea celor văzute, judecând evenimentele și personajele. Subiecții americani s-au concentrat asupra conținutului filmului, fiind preocupați să prezinte cât mai obiectiv evenimentele. Autoarea a pus deci în evidență două tipuri culturale de narativizare (de înțelegere și redare a textului perceput). În același timp, experimentul a relevat două moduri culturale de înțelegere de către subiecți a sarcinii de lucru¹: grecii au formulat un

1. Totuși, este foarte posibil ca formularea sarcinii de lucru să fi influențat răspunsul subiecților, date fiind semnificațiile culturale distincte ale termenului *a povesti*: o semnificație contextualizată, în cazul grecilor, în conformitate cu instrucția primită în școală (*a povesti* – a prezenta evenimente în manieră subiectivă), o semnificație

răspuns personal, o interpretare subiectivă, în timp ce americanii au văzut sarcina de lucru mai degrabă ca pe un exercițiu de memorie și prezentare obiectivă a faptelor.

2.4.1.5. Structura retorică

Orice text (ca rezultat al unui proces de comunicare) are două componente: una informativă și una persuasivă.

Componenta informativă a textului se referă la informația pe care emițătorul o transmite receptorului. Studiile arată că în unele culturi preocuparea emițătorilor este de a transmite informație corectă și completă pentru rezolvarea problemelor care au declanșat interacțiunea (în cultura americană, de exemplu), în timp ce în altele interlocutorii filtrează cantitatea și calitatea informației care circulă între ei în funcție de statutul interlocutorului, de sex, de relații interpersonale (în cultura chineză, de pildă).

Componenta persuasivă privește tipul de argumente, ordonarea lor și, mai ales, apelul la logică sau la emoție pentru a atrage adeviziunea receptorului (cititor sau ascultător). Astfel, tradiția occidentală carteziană privilegiază apelul la rațiune, în timp ce confucianismul absolutizează rolul emoției. Chinezii spun despre ei înșiși: „noi gândim altfel”, „noi nu argumentăm și nu dezbatem”, „noi nu punem preț pe logică”, „noi nu avem retorică”, „limba noastră e scrisă în imagini”, „limba noastră e monosilabică” (*apud* Garrett, 1999, p. 59)¹.

literală, în cazul americanilor (*a povesti* – a prezenta evenimente în manieră obiectivă). Probabil că mai multe variabile culturale au interacționat, producând cele două moduri diferite de răspuns.

1. Într-un articol din 1986, „Reasons for the Lack of Argumentation and Debate in the Far East”, Becker scria: „În multe situații, ... limba orientalilor e folosită mai puțin pentru a comunica și mai degrabă pentru a exprima sentimentul apartenenței la comunitate, pentru a felicita, pentru a exprima emoțiile, pentru a începe și sfârși diverse activități”. Pentru a-și susține generalizarea, autorul descrie activitățile verbale care au loc în cadrul unei cine tradiționale sau a

2.4.2. Relația text-context

Modul în care culturile conceptualizează relația dintre text și context se reflectă în procesul semnificării: semnificația se plasează în text și se decodează pe baza semnificației literale sau se află în context și se decodează prin coroborarea informației textuale cu informația contextuală. Între culturi apar diferențe privind relația dintre semnificația exprimată literal în text și informația implicită, existentă în context.

Bernstein (1971) face distincție între coduri elaborate și coduri restrânse. Codurile elaborate se bazează pe structuri gramaticale elaborate, complexe, precise, pe un vocabular bogat și nuanțat, sunt libere de context (în sensul că receptorul nu are nevoie să facă asumptii contextuale pentru a înțelege semnificația codificată prin limbă). Vorbitorul își exprimă intențiile comunicative clar, elaborat, apelând în special la suport verbal și mai puțin la elemente nonverbale. Codurile restrânse se bazează pe structuri gramaticale simple, economice, pe un vocabular primar, sărac, nenuanțat, sunt dependente de context (receptorul trebuie să facă multe asumptii contextuale pentru a înțelege semnificația). Vorbitorul își exprimă ambiguu intențiile comunicative, apelând frecvent la elemente nonverbale.

Deborah Tannen (1980) vorbește despre culturi scrise *vs* culturi orale. Conform autoarei, în culturile scrise semnificația se află exprimată literal în text; cunoașterea se bazează pe fapte, pe documente, pe mărturii atestate în scris; gândirea este analitică, secvențială, liniară; în formularea concluziilor primează argumentația coerentă, bazată pe logică; accentul cade pe strategiile transmiterii eficiente de informație către interlocutor, pe reducerea ambiguității comunicative. În culturile orale semnificația se află

unei petreceri: „Cea mai mare parte a activităților lingvistice... constă în repetarea papagalicească a sentimentelor exprimate de ceilalți; pe măsură ce timpul se scurge, cântecele și muzica iau locul cuvintelor”. Se pare că occidentalii nu-și irosesc limba în acest fel (*apud* Garrett, 1999, pp. 57-58).

preponderent în context, sensurile sunt, în mare măsură, dependente de context, bazate pe mecanisme ale implicitului; cunoștințele împărtășite de membrii comunității sunt semnalate prin formule fixe, clișee, proverbe; gândirea este concentrată, sintetică; în formularea concluziilor, vorbitorii caută acordul membrilor grupului; este tolerată ambiguitatea comunicativă. Textele următoarelor glume reflectă diferența dintre semnificația dependentă contextual și semnificația transmisă literal în cadrul strict al textului:

De ce și-a schimbat locotenentul Worf culoarea părului? Pentru că *it was a good day to dye*.

O discuție între un reprezentant IBM și un producător japonez de hardware. Reprezentantul IBM solicită părți japoneze 10.000 de subansambluri, făcând precizarea: „Vă rugăm, 3 rebuturi la mia de subansambluri!”. Partea japoneză a executat comanda și a trimis-o însoțită de următorul text: „Noi, poporul japonez, am înțeles cu greu practicile voastre de afaceri. Dar ne-am conformat și am produs cele treizeci de rebuturi corespunzând celor 10.000 de produse livrate. Subansamblurile defecte au fost împachetate separat. Sperăm să fiți mulțumiți”.

Prima glumă ilustrează mecanismul constituirii sensului în strânsă dependență cu contextul. Gluma evocă un context împărtășit cultural de telespectatorii serialului *Star Trek* și poate fi înțeleasă doar de cei care cunosc acest context: Lt. Worf este un personaj din *Star Trek*. El face parte din societatea extraterestră klingoniană. El repetă adeseori un proverb klingonian: *It's a good day to die* (*to die* = „a muri” omofon cu *to dye* = „a vopsi”).

A doua glumă se bazează exclusiv pe sensul transmis în text literal; semnificația glumei poate fi înțeleasă de oricine citește textul, fără a se face în vreun fel apel la informații suplimentare, exterioare textului¹.

1. În estență, gluma reflectă o comunicare interculturală eșuată, din cauza înțelegerii greșite de către partenerul japonez a semnificației intenționate de partenerul american.

Distincțiile propuse de Bernstein (cod elaborat/restrâns) și Tannen (culturi scrise/orale) sunt pandantul distincției de natură sociologică teoretizate de E. Hall (culturi cu grad scăzut/ridicat de dependență contextuală).

2.4.3. Performarea actelor de vorbire

Interacțiunea verbală apare ca o succesiune ordonată de acte de vorbire – universalii pragmatice, prezente în toate culturile. Ceea ce diferă este sistemul actelor de vorbire (modul specific de performare și funcționare a acestora, precum și relațiile reciproce dintre ele).

Conținutul literal și implicaturile conversaționale ale actelor de vorbire ritualice prezintă variație culturală. În Europa, de pildă, când se așază la masă, oamenii folosesc formule echivalente cu *Poftă bună!* / *Bon apetit!* / *Bon appetito!*; în China, echivalente cu *Mănânc*, în timp ce în Indonezia sau Statele Unite nu există o formulă echivalentă (chiar dacă uneori în restaurante se folosește expresia *Enjoy it!*). În unele limbi africane, formulele de mulțumire conțin promisiuni irealizabile având un conținut echivalent cu „Am să vin mâine dimineață să-ți mulțumesc pentru ce ai făcut azi pentru mine”, iar a doua zi după primirea unui cadou vorbitorul îl salută pe cel care i-a făcut cadoul folosind o formulă echivalentă cu „Mulțumesc pentru cadoul de ieri”. Diferite de la o cultură la alta, formulele de salut reflectă uneori perspective temporale diferite: în spaniolă, expresiile *buenos días*, *buenas tardes* și *buenas noches* reflectă orientarea temporală spre viitor (în sensul că formula captează acea perioadă a zilei pe care vorbitorii o au înaintea lor), în timp ce expresiile echivalente românești *bună dimineața*, *bună ziua*, *bună seara*, *noapte bună* reflectă orientarea temporală spre momentul prezent (în sensul că formula de salut reflectă timpul vorbirii). Formulele complementare de salut sunt verbalizate în moduri diferite: *Ce*

faci? / *How do you do?* / *How are you?* / *Comment ça va?* / *Comme stai?* (în culturile europene și în cultura americană) și au echivalente literale de tipul *Ai mâncat deja?* în China sau *Unde te duci?* în Singapore. O comparație a formulei în diverse limbi, dincolo de diferențele literale, pune în evidență diferențe conversaționale (Mihăilescu, 2007):

În comparație cu întrebarea *¿qué tal?* (sp.) sau cu *ça va?* (fr.), care au o structură lingvistică impersonală, *ce (mai) faci?* pare mult mai directă, mai personală și implică structural capacitatea de a pune în relație diverse fapte conversaționale prin intermediul lui *mai* (adverbul comunică informații și despre timpul scurs, o perioadă mai mare, între două întâlniri ale interlocutorilor). Paradoxal, expresia *ce mai faci?* se apropie structural de expresia din engleză, însă funcțional este foarte diferită. Analizând valorile celor două formule de salut de mai sus, Marica Pietreanu subliniază faptul că expresia *how do you do* îndeplinește funcția unei formule de salut, fiind spusă uneori simultan de ambii vorbitori, chiar de persoane care abia fac cunoștință. În schimb, *ce mai faci?* „nu este o autentică formulă de salut, cum o consideră G. Caragață [...]. În română, întrebarea *ce mai faci?* nu se adresează direct decât cunoscuților [...]. Ea se folosește de obicei numai după ce a fost spusă o formulă de salut” (1984, p. 131).

Performarea unui act de vorbire are semnificații diferite pentru membrii diverselor culturi. De pildă, în culturile occidentale, promisiunea presupune că vorbitorul se angajează să facă ceea ce se prezintă în conținutul propozițional al actului de vorbire (*Voi veni mâine* înseamnă că vorbitorul se angajează „să vină mâine”); nerespectarea promisiunii aduce prejudicii imaginii sale publice. În culturile africane însă, simpla asertare a intenției de a face o acțiune viitoare nu echivalează automat cu o promisiune sinceră, ci este doar o promisiune „de politețe”, făcută pentru a păstra relațiile sociale armonioase între membrii comunității; nerespectarea promisiunii este așteptată de către membrii grupului, în schimb un refuz spus direct interlocutorului, în locul unei promisiuni „de politețe”, poate prejudicia imaginea vorbitorului

și poate deteriora relațiile sociale. Deci în culturile africane promisiunile funcționează ca acte de vorbire indirecte în performarea unui refuz politicos. Față de promisiunile „de politețe”, promisiunile sincere se fac în această cultură prin negocierea de către interlocutori a condițiilor de succes implicate în actul de „a promite”. Astfel, negocierea se realizează printr-o pereche de adiacență (interlocutorul întreabă *Vorbești serios?/Promiți?*, iar interlocutorul confirmă *Da, serios/Promit/Pe cuvântul meu*), prin repetarea enunțului de către interlocutor (*Crede-mă că voi veni*), prin marcarea explicită a aserțiunii ca promisiune sinceră (însoțind-o de o expresie echivalentă cu „Această promisiune o pun în gura ta”), respectiv ca promisiune „de politețe” (însoțind-o de o expresie echivalentă cu „Am să încerc, să văd dacă pot veni”, „Am să fac tot posibilul să vin”). În mod similar, sugestia unei invitații la masă (*Let's do lunch!*) sau a unei întâlniri ulterioare (*Let's get together some time*) nu impune nicio obligație vorbitorului (de a se ține de cuvânt, de a-și cere scuze dacă nu s-a ținut de cuvânt etc.).

Același conținut propozițional poate semnală acte de vorbire diferite, chiar opuse. Astfel, *Mulțumesc* indică acceptarea în culturile europene continentale, dar refuzul în cultura britanică.

Pentru performarea aceluiași act de vorbire, oamenii din diverse culturi apelează la conținuturi propoziționale diferite. De pildă, în cultura spaniolă, refuzarea unei invitații se argumentează cu elemente din sfera sănătății și a vieții personale, niciodată din sfera serviciului; în cultura română însă, „a fi ocupat”, „a avea mult de lucru la serviciu”, „a fi reținut la serviciu” sunt argumente valide pentru un refuz; dacă în cultura română sunt acceptate scuze doar parțial argumentate (*Am avut o problemă*), în cultura spaniolă este necesară particularizarea, concretizarea, explicitarea problemei respective (Mihăilescu, 2006, ms.).

Performarea unui act de vorbire cu același conținut propozițional poate genera implicaturi contextuale diferite de la o cultură la alta. De exemplu, în culturile africane, a te întâlni pe

stradă cu o femeie și a-i spune că s-a îngrășat este un compliment („arată bine și este sănătoasă”), în timp ce în culturile din Europa, America de Nord și Australia aceeași remarcă este considerată nepoliticoasă.

Există constrângeri pe care culturile le exercită asupra performării actelor de vorbire: astfel, în Thailanda, vorbitorii nu-și exprimă niciodată îndoiala, japonezii pot vorbi ore întregi fără a-și exprima clar o opinie, performează acte de vorbire expresive atenuate (spun *Bine!* în loc de *Fantastic!*, *Nu foarte bine...* în loc de *Groznic!*), pe când arabii folosesc un număr mare de procedee gramaticale pentru emfatarea aserțiunilor (cum ar fi sufixe, repetiții, repetarea consoanelor sau a vocalelor etc.).

În situații de comunicare date, unele culturi preferă actele de vorbire directe (de pildă, *Închide geamul, te rog!* – în cultura poloneză), altele aleg mai degrabă actele de vorbire indirecte literale (*Poți să închizi geamul, te rog?* – în cultura americană), iar altele, actele de vorbire indirecte nonliterale (aluzia: *Nu crezi că e cam frig aici?* – în culturile din Orientul Mijlociu).

Unele culturi pun accentul pe ilocuție, plasând verbul la începutul enunțului (verb-subiect-obiect, subiect-verb-obiect), altele pun accentul pe locuție, plasând verbul spre sfârșitul enunțului a cărui forță ilocutionară poate fi aflată doar după ce toate celelalte elemente au fost rostite (subiect-obiect-verb).

Cuplarea actelor de vorbire în perechi de adiacență pune în evidență mai multe diferențe: în unele culturi complimentele vorbitorului sunt acceptate de interlocutor (*Ai o bluză foarte frumoasă! / Mulțumesc.*), în altele, sunt refuzate, ca expresie indirectă a modestiei (*Ai o bluză foarte frumoasă! / Îmm, nu e cine știe ce... e ieftină.*); în unele culturi interlocutorii acceptă sau refuză ofertele de mâncare sau băutură ale vorbitorului, în funcție de ceea ce vor cu adevărat la momentul respectiv (de exemplu, în cultura americană, în timp ce în alte culturi refuzul este nesincer și ritualic, interlocutorii așteptând ca vorbitorul să repete oferta de mai multe ori (de pildă, în cultura română).

Diferite de la o cultură la alta sunt și „regulile de creativitate” verbală: în Ungaria, Turcia, Rusia sunt frecvente insultele verbale, în Europa Centrală – ironia, în Marea Britanie – *puns and limericks*, în Mexic – calamburul.

2.4.4. Cooperarea interlocutorilor

Modalitățile de cooperare conversațională sunt supuse variației culturale: maximele cooperării sunt fixate diferit în conștiința comunicațională a vorbitorilor aparținând diverselor culturi și, în consecință, mecanismele generării implicaturilor conversaționale diferă.

În formularea lui Grice (1975), *principiul cooperării* subordonează patru maxime ale comunicării (maxima cantității, maxima calității, maxima relevanței și maxima manierei)¹ ca universalii comunicative, nediferențiate cultural. Studii ulterioare de etno-pragmatică au pus în evidență constrângerile culturale care acționează asupra celor patru maxime: există culturi în care cantitatea de informație transmisă literal este mai mică decât cea

1. Grice (1975) a formulat principiul cooperării în felul următor: Fă astfel încât contribuția ta conversațională să fie cea solicitată în momentul la care survine, în conformitate cu scopul acceptat sau cu direcția schimbului verbal în care ești angajat. Acestui principiu autorul îi subordonează cele patru maxime. *Maxima calității*: Încearcă să faci astfel încât contribuția ta să fie adevărată – (i) nu spune lucruri pe care le crezi false; (ii) nu spune lucruri pentru care îți lipsesc probele adecvate. *Maxima cantității*: Fă astfel încât contribuția ta să fie informativă după cum cer scopurile curente ale schimbului verbal – (i) să nu ai o contribuție mai informativă decât e necesar; (ii) să nu ai o contribuție mai puțin informativă decât este necesar. *Maxima relevanței*: Fii relevant, vorbește la subiect. *Maxima manierei*: Fii clar – (i) evită obscuritatea; (ii) evită ambiguitatea; (iii) fii scurt; (iv) fii ordonat.

implicată contextual sau în care scurtimea enunțului nu este o calitate, ci o dovadă a închiderii comunicative față de interlocutor, deci sursă de potențial conflict; există culturi care se abat de la maxima cantității printr-un discurs repetitiv-redundant sau o subordonează preocupării pentru conservarea armoniei sociale, iar vorbitorii spun altceva decât gândesc sau ar dori să spună și să facă în mod sincer; există culturi în care gradul de focalizare discursivă este foarte scăzut, în care gradul de ambiguitate este ridicat din cauza numărului mare de acte de vorbire indirecte, a atenuatorilor de expresie și a modalizatorilor, a elipselor numeroase etc., în care se acordă atenție conținutului, nu organizării formale a mesajului, ceea ce apare ca încălcare a maximelor griceene ale relevanței și manierei.

În aceste condiții, Clyne (1994, p. 195) completează maxima manierei astfel:

Fă clare intențiile tale comunicative numai dacă acest lucru nu contravine regulilor politetii, valorilor culturale fundamentale legate de demnitate, armonie, milă, respect.

În plus, adaugă a cincea maximă, care satisface nevoile comunicării interculturale:

În contribuția ta comunicativă ia în seamă tot ce știi sau poți anticipa în legătură cu așteptările de comunicare ale interlocutorului (*apud* FitzGerald, 2003, p. 171).

Felul în care generează asiaticii implicaturile conversaționale nu se explică întotdeauna prin maximele griceene. Astfel, pentru a înțelege adevărata intenție a vorbitorului, nu e de ajuns ca ascultătorul să se bazeze pe conținutul literal și contextul producerii enunțului, ci pe întreaga istorie conversațională a interlocutorilor (jap. *kan*). Intuiția (coreeană *noon-chi*, „a măsura din ochi”) este deseori decisivă în deducerea semnificației intenționate de vorbitor în baza corelării arbitrare a unor variabile precum istoria

conversațională a interlocutorilor, contextul, personalitatea vorbitorului, relațiile dintre interlocutori, scopul interacțiunii etc.

2.4.5. Negocierea

Definită ca tranzacție între un emițător (vorbitor/scriitor) și un receptor (ascultător/cititor), comunicarea presupune negociere: a informației vehiculate pe parcursul interacțiunii, a accesului la cuvânt, a relației dintre interlocutori. Textul este deci produsul negociat al unei tranzacții comunicative.

În ceea ce privește negocierea informației, s-au constatat diferențe culturale privind strategiile adoptate. De pildă, negociatorii americani introduc problema încă de la începutul negocierii, își exprimă clar un punct de vedere, pe care îl argumentează ulterior; negociatorii japonezi preferă o prezentare generală a contextului în care a survenit problema, urmând să o expună ulterior sau chiar să o lase implicită pe parcursul negocierii; când sunt negociate mai multe probleme, negociatorii americani prezintă pe rând fiecare problemă cu argumentația ei, în timp ce negociatorii japonezi trec în revistă toate problemele la începutul negocierii, argumentându-le global; negociatorii americani promovează un stil activ de negociere (aduc noi argumente, contraargumentează, își adaptează argumentația la interlocutor), în timp ce negociatorii japonezi promovează un stil pasiv de negociere (repetă aceleași argumente, sunt mai puțin tentați să argumenteze și să contraargumenteze, sunt mai puțin flexibili); scopul negociatorilor americani este de a discuta deschis problemele pentru a găsi soluții, în timp ce țelul negociatorilor japonezi este de a ajunge la o înțelegere fără a deteriora relațiile cu interlocutorul. Se poate deci conchide că forța argumentelor raționale este mai mare în unele culturi (ca, de pildă, în cultura americană) și mai mică în altele (de exemplu, în cultura japoneză) (Kotani, 1994). Matsumoto (1988, p. 27, *apud* Kotani, 1994, p. 74) este de părere că în culturi de tipul celei japoneze, rolul hotărâtor în persuadare nu îl joacă argumentul logic, ci forța propriei

personalități, performarea unor acte de vorbire prin intermediul cărora vorbitorul se poate impune în fața interlocutorului.

De asemenea, s-au observat diferențe culturale în felul în care negociatorii abordează subiectul: în cultura arabă, negocierea este precedată de o lungă conversație fatică, în care sunt discutate elemente de viață personală, planuri de viitor; în cultura engleză, conversația fatică inițială se reduce la câteva formule ritualice și amabilități; în cultura maghiară, germană, americană, negociatorii intră direct în subiect.

Un loc important în negocierea informației îl joacă verificarea gradului în care informația este înțeleasă de către interlocutor. Care este atitudinea membrilor unei culturi față de neînțelegerile apărute în comunicare? Vorbitorul îi semnalează aceste neînțelegeri interlocutorului (ca în culturile occidentale) sau trece cu vederea neînțelegerile apărute (ca în culturile orientale)? În ce mod sunt semnalate neînțelegerile? Prin solicitarea unor argumente suplimentare? Solicitând repetarea informației sau reformularea ei de către vorbitor? Ironizând vorbitorul? Reproșându-i că nu a transmis informația suficient de clar? Care este atitudinea vorbitorilor în situațiile în care percep o incompatibilitate de scopuri în raport cu interlocutorii?

2.5. Structura interacțiunii

Interacțiunea orală este guvernată de diverse tipuri de reguli: reguli ale inițiativei verbale, reguli ale accesului la cuvânt (lungimea intervenției, întreruperea interlocutorilor, suprapunerile dintre interlocutori, modalități de menținere a cuvântului), reguli privind semnalele de recepție (*back-channel*).

2.5.1. Inițiativa verbală

Inițiativa verbală a interlocutorilor este reglementată nu numai la nivel interpersonal, ci și la nivel cultural. Ea se reflectă în uzanțele privind persoana care deschide și închide o interacțiune (cine salută primul – cine încheie interacțiunea), persoana care, în interiorul unei conversații/discuții, introduce o temă nouă, schimbă tema, impune obligații comunicative interlocutorilor (adresând întrebări, selectând vorbitorul următor). În culturile occidentale, orice vorbitor se consideră liber să aibă inițiativa verbală, în timp ce în culturile asiatice acest privilegiu îl are cel mai în vârstă sau cel cu statut sau poziție ierarhică superioară.

2.5.2. Accesul la cuvânt

Accesul la cuvânt al interlocutorilor este controlat de norme culturale implicite, pe care vorbitorii le învață prin interacțiune socială sau prin reguli cu caracter explicit, pe care indivizii le deprind prin educație.

Bernstein (1971) făcea distincție între orientarea pozițională și orientarea personală în cadrul familiei, prin extensie în cadrul grupului imediat relevant. Astfel, orientarea pozițională presupune că membrii grupului vorbesc în concordanță cu poziția deținută în cadrul grupului. Orientarea personală presupune accesul egal la cuvânt al tuturor membrilor grupului. Extrapolând, Estul are o orientare pozițională în privința accesului la cuvânt, iar Vestul are o orientare personală în acest sens.

Trompenaars (1993, pp. 68-69) distinge trei tipare de acces la cuvânt: tiparul „anglo” – interlocutorii își respectă reciproc cuvântul, nu întrerup, dar nici nu fac pauze mari între luările de cuvânt ale vorbitorilor succesivi; tiparul „oriental”, în care luările de cuvânt sunt respectate de interlocutori și urmate de pauze relativ lungi, semn al faptului că ascultătorul a reflectat cu atenție la spusele

vorbitorului curent; tiparul „latino”, în care luările de cuvânt tind să fie scurte, cu multe întreruperi și suprapuneri. Autorul pune cele trei tipare în legătură cu modul în care populațiile respective percep distanța față de putere.

Tannen (1980) distinge între două stiluri comunicative: „stilul înaltei considerații” și „stilul profunde implicări”; în primul caz, vorbitorii (din America de Nord și Asia) au tendința de a vorbi moderat, poate chiar mai rar, evitând să-i întrerupă pe interlocutori, atenuând actele de vorbire care ar putea fi înțelese de interlocutor ca o intruziune în spațiul personal; în al doilea caz, vorbitorii (din Europa de Est, America Latină, Orientul Mijlociu) au tendința de a vorbi relativ repede și de a-și întrerupe interlocutorii, semn al coparticipării și al interesului discursiv.

În cultura palestiniană, interacțiunile verbale urmează principiul *musayra*, reflectat într-un stil indirect de comunicare, bazat pe repetiție și „înfrumusețarea expresiei” prin figuri de stil, elaborat din punct de vedere retoric, reflectând preocuparea vorbitorului de a proteja imaginea publică a interlocutorului. În cultura israeliană, stilul comunicativ are o orientare pragmatică, se subordonează principiului *dugri*, adică este direct, simplu, agresiv, orientat spre imaginea publică a vorbitorului, alert, cu multe întreruperi și suprapuneri.

Scollon și Scollon (1995) pun volubilitatea comunicativă *vs* atitudinea comunicativă taciturnă în legătură cu strategiile solidarității, ale politeții pozitive, respectiv cu strategiile deferenței, ale politeții negative din diverse culturi (vezi și *infra*, 2.6.4).

Există mai multe maniere culturale de semnalizare a intențiilor interacționale: de pildă, intenția de a păstra cuvântul este semnalizată de vorbitorii din Europa Centrală și de Sud printr-un debit verbal mai mare și prin ridicarea tonului, iar de cei din Asia de Sud-Est printr-un contur intonațional ascendent, încetinirea ritmului vorbirii sau prin repetiție.

În concluzie, de la o cultură la alta apar diferențe privind competiția pentru cuvânt: prezența sau absența ei și formele particulare de manifestare.

2.5.3. Semnalele de recepție (*back-channels*)

Semnalele de recepție sunt intervenții verbale/paraverbale/non-verbale minimale cu funcție fatică, prin intermediul cărora interlocutorul îi semnalează vorbitorului că îl urmărește, îl înțelege, este interesat de ceea ce spune, lăsându-l în același timp să-și continue intervenția. Sunt semnale ale menținerii relației dialogale dintre interlocutori, încuviințând, în același timp, monologul vorbitorului curent. Diferențele culturale constau în: frecvența cu care interlocutorul oferă *back-channel* vorbitorului; structura acestor semnale (interjecții, lexeme, propoziții); locul în care sunt plasate în raport cu discursul vorbitorului. În cultura japoneză, de pildă, semnalele de recepție (*aizuchi*) sunt extrem de frecvente, însoțesc ritmic vorbirea interlocutorului pe tot parcursul derulării ei și sunt, în mare măsură, desemantizate. În cultura americană, semnalele de recepție sunt mai puțin frecvente, intervin în punctele de maxim interes comunicativ și sunt variate ca semnificație (mergând de la simple interjecții la evaluări afective și cognitive ale mesajului transmis de vorbitorul curent).

2.6. Relațiile interpersonale

Interacțiunea dintre participanții la evenimentul comunicativ are loc în baza relațiilor interpersonale existente între aceștia la momentul interacțiunii (grad de cunoaștere, simpatie reciprocă, interese reciproce, atitudini reciproce), ca rezultat al istoriei comunicative comune. Textul, produs al interacțiunii dintre interlocutori, încorporează aspecte ale relației dintre aceștia. Diferențele interculturale constau în expresia textuală a acestor relații.

2.6.1. Importanța acordată relației

Culturile diferă prin importanța acordată construirii, prin discurs, a relațiilor interpersonale. Există culturi orientate spre rezolvarea problemelor și culturi orientate spre menținerea relațiilor dintre interlocutori.

Orientarea spre „probleme” se reflectă în gradul ridicat de focalizare a informației (vezi *supra*), predilecția pentru acte de vorbire directe, asertivitate, argumentativitate; orientarea spre „relații” se reflectă în gradul scăzut de focalizare a informației, preferința pentru acte de vorbire indirecte, lipsă de asertivitate și de argumentativitate.

Modul în care interacțanții construiesc relațiile interpersonale este, de asemenea, constrâns cultural. Astfel, membrii culturilor individualiste își bazează relațiile interpersonale pe asemănarea cu interlocutorul și pe atracția interpersonală; membrii culturilor colectiviste își bazează relațiile interpersonale pe similaritățile de grup și pe relațiile de rol.

2.6.2. Construirea relației prin intermediul conversației fatice

Conversația fatică (*small talk*) are rol de socializare, esențial în construirea relațiilor interpersonale. Funcția sa este de a menține deschis canalul de comunicare dintre membrii societății. Temele conversației fatice sunt de obicei extrase din realitatea imediată și direct accesibilă interlocutorilor (vreme, sport, politică, evenimente sociale în actualitate, familie, situația comună în care se află interlocutorii – în tren, în stație, la meci etc.). Diferă de la o cultură la alta amploarea conversației fatice (conversații fatice extinse, în culturile africane vs conversații fatice scurte, în cultura germană sau maghiară), subiectele preferate (vremea și politica în Marea Britanie, familia în culturile orientale), gradul de intimitate presupus în conversațiile fatice (reduc în cultura suedeză, mare în cultura italiană).

2.6.3. Gradul de deschidere comunicativă și intimitate

Implicarea comunicativă – gradul de deschidere comunicativă și intimitate – se măsoară prin disponibilitatea indivizilor de a interacționa cu ceilalți, prin ușurința cu care împărtășesc detalii din viața personală, prin tipul și numărul de subiecte abordate cu interlocutorii și gradul de profunzime cu care le abordează. Mărci ale implicării comunicative sunt: coparticiparea la gestionarea subiectului de discuție, introducerea de teme și subteme în comunicare, împărtășirea aceleiași grad de intimitate cu interlocutorul (formule de adresare, empatizare). Membrii culturilor individualiste au tendință spre confesiune (engl. *self-disclosure*), în timp ce membrii culturilor colectiviste împărtășesc mai greu detalii din viața personală; americanii percep o intimitate ridicată în relațiile romantice, în vreme ce japonezii optează pentru un grad scăzut de intimitate.

În privința abordării subiectelor de discuție, americanii manifestă, de exemplu, tendință spre superficialitate, în timp ce germanii petrec mult timp discutând, analizând, încercând să înțeleagă cauzele și consecințele fenomenelor. De aceea, americanii tind să-i perceapă pe nemți ca „exagerat de serioși”, în timp ce nemții îi percep pe americani ca fiind „politicoși, politicoși, politicoși... și atât”.

Gradul de deschidere comunicativă și intimitate se corelează cu gradul de încredere între indivizi: în societățile individualiste încrederea se construiește pe baze interpersonale, în timp ce în societățile colectiviste indivizii manifestă mai degrabă încredere în membrii grupului (*in-group*) decât în cei din afara lui (*out-group*). În consecință, membrii societăților individualiste împărtășesc mai ușor detalii de viață personală atunci când au încredere în interlocutor, în timp ce membrii societăților colectiviste se des-tăinuie mai degrabă indivizilor din cercul lor; în întâlnirile de început, membrii societăților individualiste își abordează interlocutorii împărtășindu-le informații personale, în timp ce membrii societăților colectiviste preferă să ofere interlocutorilor informații

privind grupul. Următorul dialog imaginat între un american și un japonez în timpul unei călătorii cu avionul pe ruta Tokyo – New York reflectă deschiderea comunicativă a americanului vs reticența comunicativă a japonezului:

A: – Sunt Andrew Stewart. Andy. Poftim cartea mea de vizită.

B: – Mă numesc David Chu. Încântat de cunoștință, domnule Stewart. Vă ofer cartea mea de vizită.

A: – Spune-mi Andy. Cred că am putea face afaceri împreună.

B: – Da.

A (*citind cartea de vizită*): – Chu... Hon-fai. Hon-fai! Te sun mâine să ne întâlnim să discutăm.

B (*zâmbind*): – Aștept să mă sunați. (adaptare după Scollon, Scollon, 1995)

Mărcile textuale ale gradului diferit de deschidere comunicativă a celor doi interlocutori sunt: formulele de adresare (numele mic) și abordarea directă vs exprimarea protocolară, formală; inițiativa verbală vs conformismul verbal și tendința spre închidere a conversației.

În funcție de conceptualizarea culturală a relațiilor cu interlocutorii, indivizii se angajează în mod diferit în gestionarea temei. S-a observat, de pildă, că în cadrul procesului educațional, studenții americani își asumă un rol activ și interacționează frecvent cu profesorii, în timp ce studenții australieni sau japonezi își asumă un rol de receptor pasiv, obedient, respectuos în asimilarea cunoștințelor transmise de profesor, deoarece îl percep pe acesta într-o poziție de putere instituțională și informațională. Inhibiția de „a vorbi în clasă” orientează evaluarea spre forme de comunicare scrise, în defavoarea celor orale.

2.6.4. Politețe și impolitețe comunicativă

Cultura favorizează anumite strategii ale politeții, care configurează în mod particular interacțiunea verbală. În accepție pragmatică, politețea desemnează ansamblul strategiilor comunicative care

guvernează comportamentul interacțional al indivizilor, ansamblul opțiunilor comunicative de care dispun vorbitorii pentru a menține relații armonioase în societate. În comunicare, indivizii își negociază imaginea publică – pozitivă sau negativă – prin activități discursive care exprimă dorința de independență (imaginea negativă a individului), respectiv dorința de afiliere (imaginea pozitivă a individului); activitățile de imagine (engl. *face-work*) sunt menite să evite amenințarea imaginii interlocutorilor (Brown, Levinson, 1979). Impolitețea comunicativă apare atunci când interlocutorul neglijează (conștient sau inconștient) regulile politetii pozitive (impolitețe pozitivă), respectiv regulile politetii negative (impolitețe negativă) (Kienpointner, 1997).

Diferă de la o cultură la alta preferința pentru strategii ale politetii pozitive, respectiv, strategii ale politetii negative, situațiile în care vorbitorii apelează la una sau alta dintre cele două strategii, precum și mărcile lingvistice ale strategiilor folosite. De exemplu, în Rusia, Polonia, țările latino-americane vorbitorii apelează mai frecvent la strategii ale politetii negative, în timp ce în Europa de Vest și în culturile anglo-saxone vorbitorii recurg cel mai adesea la strategii ale politetii pozitive; în cultura americană se folosesc strategiile politetii pozitive ori de câte ori vorbitorul poate să-și exprime interesul, aprecierea față de interlocutor, încrederea în el, disponibilitatea de a se angaja în acțiuni comune; în cultura japoneză, strategiile politetii negative sunt mult mai frecvente, folosite pentru a marca diferența de statut dintre interlocutori, grija de a nu intra în teritoriul personal al interlocutorului; în cultura română, ospitalitatea se manifestă, de pildă, prin strategii ale politetii pozitive (insistențe verbale, dorința de a veni în ajutorul celuilalt), în timp ce în cazul relațiilor ierarhice inferiorul recurge la un comportament deferent față de superior (strategii ale politetii negative). Membrii culturilor individualiste tind să recurgă mai degrabă la strategii de promovare a imaginii personale, în timp ce membrii culturilor colectiviste aleg în special strategii de conservare a imaginii celuilalt, pentru menținerea armoniei sociale; membrii culturilor colectiviste preferă

strategii directe și slab dependente de context, pentru conservarea imaginii personale, în timp ce membrii culturilor individualiste recurg la strategii directe și puternic dependente contextual, pentru conservarea armoniei sociale; membrii societăților în care distanța de putere este mare tind să adopte comportamente diferențiate în funcție de poziția ierarhică ocupată de interlocutor, în timp ce membrii culturilor în care distanța față de putere este mică nu par să facă diferențe importante legate de putere în adoptarea strategiilor comunicative.

Scopul cu care vorbitorii recurg la strategii ale politetii pozitive/negative este diferit: în societățile individualiste vorbitorii doresc să-și poată exprima liber opiniile, într-o formă acceptabilă de către interlocutor și suficient de persuasivă, în timp ce în societățile colectiviste interlocutorii sunt preocupați de conservarea unor relații armonioase de grup.

Modul în care sunt performate actele de vorbire este în legătură directă cu strategiile politetii preferate de o cultură dată. De exemplu, exprimarea dezacordului cu interlocutorul este un act de vorbire care amenință imaginea publică a acestuia. Un studiu efectuat cu subiecți din cultura americană și din cultura chineză (Liang, Han, 2005) indică faptul că, atunci când își exprimă dezacordul față de un superior, comparativ cu studenții americani, studenții chinezi folosesc mai multe strategii ale politetii negative și mai multe formule de adresare, în timp ce exprimarea dezacordului față de persoane egale ca statut se face în mod similar în ambele grupuri etnice, prin reducerea strategiilor politetii negative pe măsură ce distanța socială dintre interlocutori crește. Acest comportament comunicativ reflectă diferența constatată între cultura chineză – caracterizată prin distanță mare față de putere – și cultura americană – caracterizată prin distanță mică față de putere (Hofstede, 1984, 1997a). Același studiu a evidențiat și o diferență între strategiile politetii preferate de bărbați, respectiv de femei în cultura chineză, față de folosirea acelorași strategii, atât de către bărbați, cât și de către femei, în cultura americană. Din nou, concluzia confirmă gradul ridicat de

masculinitate al culturii chineze, respectiv caracterul preponderent feminin al culturii americane (Hofstede, 1984, 1997a).

Pentru a marca distanțarea de interlocutor, nonintruziunea în spațiul său personal, vorbitorii recurg la atenuatori de expresie; pentru a marca solidaritatea de grup și pentru a accentua interesul față de interlocutor, vorbitorii recurg la intensificatori de expresie. Raportul dintre atenuatori și intensificatori diferă de la o cultură la alta: de exemplu, în culturile Europei Occidentale predomină atenuatorii de expresie, în timp ce în culturile arabe sunt frecvenți intensificatorii de expresie. La rândul ei, modalitatea de atenuare a expresiei diferă. De pildă, în culturile anglo-saxone enunțurile se atenuează preponderent prin procedee gramaticale (moduri și timpuri verbale, structuri interogative), în timp ce în limba română sunt preferați atenuatori lexicali (ezitări – *ăăă, păăi* –, adverbe-modalizatori de incertitudine, expresii ale vagului – *cam, oarecum, prea, pe undeva* etc.) sau intonații de atenuare. Intensificatorii de expresie pot lua forma unor enunțuri declarative sau exclamative (de tipul *Vai, ce interesant!*; *E minunat ce ai făcut*; *Ești o fată extrem de inteligentă!*; *Ai fost cel mai bun*; *Apreciez gestul tău*), preferate, de pildă, în cultura americană sau în Israel, a unor lexeme de intensificare din categoria gradelor de comparație, a cuantificatorilor universalii, a expresiilor „persoanei” (ca în română – *Vă mulțumesc din tot sufletul*; *Mulțumesc frumos*; *Mii de scuze*; *Toate gândurile mele bune*) sau, în culturile arabe, prin tautologii, determinări ori structuri (cvasi)repetitive (de tipul structurilor românești *5 ani de zile*; *2 zile pline*; *de dimineța până seara*; *E foarte frumos, îmi place foarte mult, e foarte frumos*!).

O abordare a sistemului politeții în termenii principiilor comunicative a relevat existența unor maxime ale politeții precum *Nu impune!*, *Lasă opțiuni interlocutorului!*, *Exprimă sentimente de camaraderie!* (Lakoff, 1973) sau maxima tactului, maxima generozității, maxima aprobării, maxima modestiei, maxima acordului, maxima simpatiei (Leech, 1983). În această abordare,

culturile diferă în funcție de felul în care ierarhizează maximele, de prioritățile acordate unora dintre ele. Pentru cultura chineză, de exemplu, Gu (1990) identifică patru maxime ale politeții în acțiune: maxima autodenigrării¹ (autodenigrarea pentru a oferi poziție de superioritate interlocutorului), maxima adresării (folosirea unor modalități de adresare către interlocutor în funcție de rolul acestuia în cadrul structurilor ierarhice), maxima generozității și maxima tactului.

2.6.5. Empatizarea cu interlocutorul

Gradul de empatizare cu interlocutorul marchează capacitatea/disponibilitatea interlocutorului de a privi o problemă din perspectiva vorbitorului, de „a se pune în locul lui”.

În culturile în care vorbitorii au tendința de a empatiza cu interlocutorii predomină strategiile politeții pozitive, în timp ce în culturile în care empatizarea cu interlocutorul nu joacă un rol important mai frecvente sunt strategiile politeții negative. În interacțiunile instituționale apar diferențe de empatizare între funcționarul public și solicitant: în cultura britanică, de pildă, funcționarul public tinde să empatizeze cu interlocutorul, în timp ce în culturile orientale comunicarea se desfășoară strict de pe poziții instituționale, cu reducerea la minimum a conversației fatice prin care funcționarul ar putea empatiza cu solicitantul. Mărcile textuale ale empatizării cu interlocutorul sunt încurajările verbale, semnalele fatice, împărtășirea sentimentelor interlocutorului, sprijinul comunicativ acordat acestuia.

1. Întâlnită doar în cultura chineză, maxima autodenigrării are cea mai mare forță de acțiune.

2.6.6. Emoția

Codarea și decodarea unui mesaj presupune interacțiunea complexă a două procese: cognitiv și emoțional.

Emoția este subiacentă oricărei interacțiuni verbale și joacă un rol decisiv în reglarea relațiilor stabilite între membrii societății. Emoțiile sunt ancorate cultural: pe de o parte, sunt expresia culturii, iar, pe de altă parte, dobândesc semnificație în contextul dinamic creat de cultură. Diferențele culturale dintre emoții se plasează la nivel psihologic și acțional (vezi *supra*, II.6) și se reflectă în plan lingvistic-comunicativ.

Vocabularul emoțiilor este diferit de la o limbă la alta: termenii prin care sunt numite stările interioare sunt mai mulți sau mai puțini, iar partiția lingvistică a stărilor afective diferă, astfel încât pot exista stări interioare numite de cuvinte separate în unele limbi sau de același cuvânt în altele, pot exista cuvinte care numesc într-o cultură experiențe emoționale de care membrii altor culturi să nu fie conștienți. Sensul exact al cuvintelor care desemnează emoții este accesibil numai nativilor.

Există stări emoționale condiționate cultural, specifice unor spații geografice determinate, exprimate prin așa-numitele cuvinte „intraductibile”. De pildă, cuvintele *amok* (Malaysia), *cafard* (Laos, Filipine, Polinezia), *mal de pelea* (Puerto Rico), *iivh'aa* (Navajo) exprimă un episod disociativ, asemenea atacurilor psihotice, manifestat prin izbucniri violente și agresivitate; *ataque de nervios* este o stare afectivă întâlnită la populațiile latino-americe, manifestată ca pierdere a controlului emoțional și care se exteriorizează prin strigăte incontrolabile, crize de plâns, agresivitate fizică și verbală; *aviman* este un cuvânt indian care desemnează o emoție complexă de tipul iubire-mândrie-furie; *dhat* (India), *sukra prameha* (Sri Lanka), *shen-k'uei* (China) exprimă o stare de anxietate și ipohondrie, oboseală și epuizare; *fureai* desemnează în japoneză sentimentul apartenenței la comunitate; *ghost sickness* (la indienii nord-americani) exprimă o obsesie pentru cei morți, manifestată prin insomnie, coșmaruri, anxietate, halucinații,

slăbiciune, pierderea cunoștinței; *rettocan*, în japoneză, face trimitere la un sentiment de inferioritate; *sangue dormido* (Insulele Capului Verde) se manifestă ca durere sufletească extremă, crize cardiace, dezechilibru fizic și emoțional; *sukhi* este cuvântul indian care evocă o stare de pace interioară și fericire¹. Astfel de emoții (cu expresia lor lingvistică) intră în structura identității culturale a individului.

Într-o viziune compozită, antropologică și lingvistică, Anna Wierzbicka (1994, p. 145) propune o analiză a emoțiilor în termenii unor primitive/universalii semantice, care ar permite o comparație culturală a stării afective și a expresiei lingvistice a acesteia. De pildă, termenul polonez *teskni* și termenul englez *homesick* sunt analizați astfel:

X simte *teskni* față de Y?

X gândește așa:

Eu sunt departe de Y

Când eram cu Y mă simțeam bine

Vreau să fiu cu Y acum

Dacă acum aș fi fost cu Y m-aș fi simțit bine

Nu pot să fiu cu Y acum

De aceea X simte ceva negativ

X simte *homesick*?

X gândește așa:

Acum sunt departe de casă

Când eram acolo mă simțeam bine

Vreau să fiu acolo acum

Dacă eram acolo acum m-aș fi simțit bine

Nu pot să fiu acolo acum

De aceea X simte ceva negativ.

Analiza în termenii primitivelor semantice pune în evidență asemănările (separare, distanță, stare anterioară de bine, stare

1. Pentru un inventar al stărilor emoționale condiționate cultural, vezi Terzea-Ofirim (2002, pp. 32-33).

prezentă de rău, stare dorită, imposibilitate) și diferența (persoană *vs* spațiu) dintre *teskni* și *homesick*. Deși traducerea unui termen prin altul nu poate capta diferența, persoanele din ambele culturi sunt capabile să trăiască amândouă sentimentele.

Între culturi există diferențe legate de modul particular în care este exprimată emoția. De exemplu, culturile din Europa de Est tolerează exprimarea directă, neatenuată a emoției negative (critică, remarci personale) cauzate de conflicte interpersonale; acest tip de confruntare directă este interpretat ca expresie a sincerității, a spontaneității, a relației apropiate dintre membrii grupului. Spre deosebire de acestea, deși acceptă conflictul și confruntarea directă ca formă de cunoaștere și rezolvare a problemelor apărute, culturile de limbă engleză fac acest lucru într-o manieră impersonală, rațional, fără implicare emoțională, fără a încerca impunerea dogmatică a unui punct de vedere, în virtutea dreptului individual al fiecăruia la opinie și acțiune. Cercetările au demonstrat, de pildă, că australienii îi percep pe polonezi ca nepoliticoși, având tăria opiniilor personale, că francezii își exprimă cu ușurință emoțiile negative în cadrul confruntărilor, că germanii își argumentează dur punctele de vedere.

În plan textual, emoția are diverse mărci fonetice/paraverbale (înălțimea tonului, debitul verbal, ezitări vocale, pauze mari sau mici), lexicale (cuvinte marcate emoțional, interjecții, imprecășii și înjurături etc.), sintactice (bâlbe, *false-start*, întreruperi și autoîntreruperi etc.), alături de mărci nonverbale complementare textului (tăcerea, poziții corporale, colorarea feței, privirea etc.). Felul în care sunt marcate emoțiile în plan textual diferă, de asemenea, de la o cultură la alta.

2.6.7. Consens *vs* conflict

Relațiile conflictuale sau consensuale dintre interlocutori afectează progresia tematică și structura interacțiunii verbale. Conflictul intervine atunci când două sau mai multe părți implicate într-o relație de comunicare percep o incompatibilitate de scopuri.

Schematic vorbind, există două tipuri de culturi: *culturi consensuale*, care promovează armonia socială, buna înțelegere între indivizi și tind să evite, să atenueze, să mușamalizeze conflictul (de exemplu, cultura japoneză); *culturi conflictuale*, în care membrii societății tind să se angajeze deschis în conflicte, pentru a rezolva astfel divergențele apărute (de pildă, în Israel); în unele culturi vorbitorii tind să-și rezolve conflictele prin negocieri directe (ca în cultura americană ori germană) sau prin intermediul unor mediatori (ca în culturile orientale).

Culturile conceptualizează în mod diferit conflictul. În esență, de-a lungul unui continuum se plasează doi poli: conceptualizarea conflictului ca proces și conceptualizarea conflictului ca rezultat. În culturile în care conflictul este conceptualizat ca proces accentul cade pe negocierea imaginii mutuale sau de grup (prestigiu, onoare, demnitate, mândrie, încredere, umilire, rușine, vinovăție, neîncredere), în timp ce în culturile în care conflictul este conceptualizat ca rezultat accentul cade pe afirmarea identității personale (a nevoilor, intereselor, emoțiilor personale), pe negocierea și obținerea rapidă a unui rezultat. În modelul colectivist orientat spre proces primează adecvarea în abordarea opozițiilor, atingerea unui consens cu implicații pe termen lung; în modelul individualist orientat spre rezultate primează eficiența negocierii, găsirea unor soluții sau compromisuri multumitoare pentru fiecare parte (Ting-Toomey, 1999, pp. 194-230).

Ting-Toomey și Oetzel (2001) au identificat mai multe tipuri de comportamente comunicative în situații de conflict: evitarea conflictului (individul evită discutarea deschisă a problemei), cedarea (individul acceptă nevoile celuilalt), compromisul (individul negociază pentru găsirea unei căi de mijloc), integrarea (individul încearcă să integreze toate informațiile primite pentru a găsi o soluție nouă), dominarea (individul se angajează într-o competiție cu interlocutorul, pentru a câștiga), exprimarea emoțională (individul își exprimă emoțiile și sentimentele), agresiunea pasivă (individul încearcă să impună în mod indirect o anumită soluție), solicitarea unui mediator (părțile solicită ajutorul unei

persoane externe). Culturile colectiviste favorizează evitarea conflictului, cedarea, compromisul și medierea conflictului de către o persoană cu reputație, respectată, pe care persoanele implicate o cunosc din interacțiuni anterioare. Culturile individualiste favorizează exprimarea emoției, agresiunea pasivă, dominarea și, uneori, medierea conflictului de către o persoană independentă. Americanii, chinezii, taiwanezii preferă stilul dominant într-o mai mare măsură decât japonezii și coreenii; japonezii recurg la stilul de integrare într-o mai mică măsură decât americanii, chinezii sau taiwanezii; chinezii și taiwanezii cedează mai frecvent decât americanii, coreenii și japonezii; chinezii evită conflictul mai mult decât taiwanezii; turcii preferă stilul integrativ celui de dominare, stilul compromisului și al dominării celui al evitării, stilul evitării celui al cedării; iordanienii caută mai degrabă colaborarea și nu compromisul, compromisul și nu adaptarea, evitarea și nu dominarea. Un amalgam de strategii de conflict și de evitare a conflictului apare în cultura mexicanilor. În același timp, pentru membrii culturilor individualiste primează asumarea individuală a conflictului, gestionarea lui în baza opiniilor personale, în timp ce în culturile colectiviste sunt favorizate, pe de o parte, protejarea membrilor grupului în fața posibilei responsabilități în declanșarea conflictului, iar pe de altă parte, gestionarea conflictului pe baza ideilor și opiniilor valorizate de colectivitate.

2.6.8. Atitudini comunicative

Despre diverse populații se vehiculează stereotipuri ca: „americanii sunt joviali și vorbesc tare”, „grecii sunt lăudăroși”, „mexicanii sunt exuberanți”, „suedezii sunt reținuți și sobri”. Deși simplificatoare, acestea evidențiază atitudini comunicative ale diverselor comunități, reflectate în text prin conținuturi, prin modul în care vorbitorul își proiectează imaginea în text, prin structura înscrierilor la cuvânt, prin diverse elemente paraverbale (înălțime, debit verbal, râs).

Specificul cultural determină atitudinile comunicative ale oamenilor. De pildă, preocuparea pentru armonia de grup din culturile colectiviste se repercutează asupra comunicării astfel: atitudine rigidă, creativitate reținută, lipsă de complexitate cognitivă, conformism și conformitate cu normele de comunicare, incapacitate autopercepută de a influența cursul evenimentelor, grad redus de asertivitate și argumentativitate; în același timp, din punct de vedere emoțional, se constată o stabilitate în plan personal, familial și social. La polul opus, preocuparea pentru dezvoltarea personală din culturile individualiste presupune creativitate, importanță mare acordată opiniilor personale, asertivitate și argumentativitate.

2.7. *Contribuția elementelor paraverbale și nonverbale la construirea semnificației*

Comunicarea umană este un sistem complex în care se întrepătrund elemente verbale, paraverbale și nonverbale. Rolul în comunicare și semnificația elementelor nonverbale și paraverbale variază de la o cultură la alta, în strânsă legătură cu dimensiunile de variație (vezi *supra*, II.5). Astfel, gradul de individualism/colectivism determină felul în care colectivitățile gestionează spațiul individual și colectiv, atitudinea față de proprietatea privată, distanțele de interacțiune, gradul de deschidere comunicativă (reflecție în intonații, gesturi, posturi etc.), disponibilitatea indivizilor de a se angaja în activități colective sincronizate sau de a-și urmări țelurile în mod independent unii de alții, monocronismul/policronismul (vezi și *supra*, II, 5.2.1). Culturile feminine favorizează comportamente verbale și nonverbale androgine. Distanța față de putere pare să se coreleze pozitiv cu libertatea de interacțiune a membrilor societății (cu cât distanța față de putere este mai mare, cu atât posibilitățile de interacțiune dintre membrii societății sunt mai constrânse de reguli ierarhice determinate de relații de putere și de statut).

Elementele paraverbale și nonverbale ale comunicării joacă un rol esențial în reducerea stresului și a anxietății în comunicarea interculturală (dintre membrii unor grupuri/culturi diferite): cu cât diferențele de gestionare a spațiului și a timpului – incluzând distanțe, posturi, gesturi, atingeri, priviri etc. – sunt mai mici, cu atât interacționi se adaptează mai ușor.

2.7.1. Elementele paraverbale

Contururile intonaționale, debitul verbal, înălțimea tonului sunt părți constitutive ale textului oral, constrânse cultural. Această variație este rezultatul interacțiunilor complexe dintre mai mulți factori, unii genetici, înnașcuți, alții rezultați în timpul interacțiunilor cu mediul sau între indivizi, în cadrul vieții sociale.

În India și Pakistan, de exemplu, *o bere* se cere pe un ton descendent, *O bere↓*, în timp ce în culturile occidentale aceeași comandă se face pe un ton ascendent, *O bere↑*. În limba japoneză, înălțimea tonului variază în funcție de interlocutor (bărbat sau femeie) și de statutul său social. Animozitatea verbală este percepută ca interes pentru interlocutor în cultura americană, dar face impresie proastă în cultura germană sau în culturile nordice. Persoanele provenite din culturile mediteraneene și americanii vorbesc tare, în timp ce în Europa Centrală se vorbește mai încet. Tăcerea este percepută ca amenințare în culturile meridionale și în America de Nord, acceptată în culturile nordice și interpretată ca semn al unei atitudini meditative înțelepte în culturile orientale. Pauzele dintre cuvinte nu sunt foarte lungi în America de Nord și în țările arabe, în schimb în Japonia prelungirea pauzei poate conferi cuvântului un sens contrar.

2.7.2. Elementele nonverbale

Elementele nonverbale sunt prin ele însele texte sau se integrează textului verbal, completându-l sau întărindu-l. Individul transmite mesaje celor din jur nu doar prin cuvinte, ci prin întreaga lui ființă: prin înfățișare, privire, mimică, gesturi, așezare în spațiu, acțiuni etc.

Înfățișarea individului este percepută prin raportare la idealul estetic al societății. De exemplu, idealul feminin de frumusețe în culturile occidentale este „înaltă și slabă”, în Japonia – „mignonă”, în Africa și Rusia – „grasă”, în China – „ștearsă, care nu atrage atenția”. Vestimentația respectă un cod cultural: hainele de ceremonie reflectă poziția și statutul social în Japonia, în mediul de afaceri german costumul și cravata sunt obligatorii, stilul informal de vestimentație american îi șochează uneori pe europeni, femeile arabe își acoperă capul și fața cu un voal.

Posturile transmit mesaje care diferă uneori de la o cultură la alta: în Japonia, salutul presupune un ritual al înclinării în fața celui alt; în India se salută cu palmele lipite și capul înclinat; în Suedia e de așteptat să „stai drept” în scaun, în timp ce în Statele Unite te poți cufunda comod în fotoliu sau poți chiar pune picioarele pe masă. A sta picior peste picior este semnul poziției relaxate în culturile occidentale, dar o gravă ofensă adusă interlocutorului în Turcia.

Aceeași diversitate culturală se constată și în cazul gesturilor. Cunoscutul gest în formă de „O”, care în Statele Unite semnifică „OK”, în Japonia și Coreea înseamnă „acum vorbim despre bani”, în sudul Franței – „zero, nimic, absența valorii”, la arabi este expresia ostilității, în Mexic și Germania are o conotație vulgară, în Rusia și în unele țări est-europene este un semn sexual indecent, iar în Tunisia are semnificația unei amenințări cu moartea. Degetul mare în sus semnifică „totul e în ordine” în America Latină, în timp ce în unele țări islamice are o conotație sexuală vulgară.

Contactul vizual cu interlocutorii se stabilește diferit: în Statele Unite este de așteptat ca interlocutorii să-și susțină privirile, în culturile asiatice interlocutorii privesc în jos, deoarece

susținerea privirii celui alt timp mai îndelungat este o insultă, în Africa, evitarea privirii celui alt este semn de respect, iar în culturile arabe interlocutorii se privesc atent și prelungit.

(Su)râsul, în majoritatea culturilor, este conotat cu satisfacția, mulțumirea, bucuria, în timp ce în cultura japoneză este adeseori semn de confuzie, stânjeneală, nesiguranță. Locuitorii din Surinam zâmbesc și râd mai des decât cei din Olanda.

Mișcările capului au semnificații diferite: a da din cap pe verticală semnifică aprobare („da”) în multe dintre culturile europene, dar negare („nu”) în Bulgaria sau este semn al percepției mesajului (*back-channel*) în Japonia.

Un criteriu de diferențiere între culturi îl reprezintă gestionarea colectivă a „contactului”. Se vorbește despre culturi cu „grad ridicat de contact”, respectiv culturi cu „grad scăzut de contact” (engl. *high contact cultures, low contact cultures* – Hall, 1966). Atingerea interlocutorului este evitată în Germania, Marea Britanie și Scandinavia, frecventă însă în Europa Centrală și de Est, în America Latină și în Grecia. În țările arabe, distanțele dintre indivizi sunt foarte mici, oamenii se ating frecvent, merg pe stradă ținându-se de mână, pe când în cultura nord-americană distanțele de interacțiune sunt mari comparativ cu culturile arabe, dar mai mici decât în culturile nordice. S-a constatat că distanțele de interacțiune sunt mai mici în țările cu climă caldă (mai apropiate de Ecuator) și cresc pe măsură ce ne apropiem de Poli. Andersen *et al.* (1987, *apud* Gudykunst, 2003, p. 75) pune corelația dintre latitudine și particularitățile de interacțiune pe seama nivelului de energie, al climei și al metabolismului locuitorilor din diverse zone:

Culturile unde clima este mai rece tind să fie mai orientate spre rezolvarea problemelor și mai reci în plan interacțional, în timp ce culturile unde clima este mai caldă tind să se orienteze mai degrabă spre construirea relațiilor interpersonale, care sunt mai calde¹.

1. „La latitudini nordice, societățile trebuie să fie mai structurate, mai ordonate, cu mai multe constrângeri, mai organizate, deoarece indivizii trebuie să supraviețuiască forțelor dure ale iernii...; spre

Când se salută, bărbații din Marea Britanie dau mâna, în timp ce femeile fac un pas înapoi, schișând o reverență și o mișcare a mâinii, iar în Germania, atât bărbații, cât și femeile stabilesc contactul comunicativ dând mâna; în Franța și România, domnii sărută uneori mâna doamnelor; în timp ce în Europa Occidentală bărbații nu se salută pupându-se pe obraz, rușii fac frecvent acest gest; în cultura spaniolă, gestul sărutului pe obraz este frecvent, folosit uneori ca rutină și în întâlnirea dintre necunoscuți, în timp ce în cultura română este restrâns la persoane care se cunosc și se află într-un relativ grad de intimitate; în Europa Occidentală indivizii se sărută pe obraz de trei ori, în timp ce în România, de obicei, de două ori. Un alt factor care reglează distanțele de interacțiune și gradul de accesibilitate comunicativă este religia. Astfel, confucianismul cultivă stăpânirea de sine, autocontrolul, comportamentul adecvat, imaginea potrivită în ochii celorlalți.

Elementele olfactive antrenate în comunicare sunt mai importante în culturile arabe și mai puțin importante în cultura americană și în cele europene. Culturile africane acceptă mirosurile naturale, în timp ce în America, Europa Occidentală și în Australia s-a dezvoltat o întreagă industrie prin care oamenii se străduiesc să acopere mirosurile naturale cu parfumuri obținute pe cale chimică.

Gestionarea timpului și a spațiului sunt modalități nonverbale de comunicare. „Times talks and space speaks” (Hall, 1959). Comportamentele sociale se supun unor reguli latente legate de folosirea timpului: punctualitatea este esențială în cultura germană, aproximativă în cultura franceză („sfertul academic”), neimportantă în culturile sud-americe (întârzieri de peste o oră la diverse întâlniri reprezintă un mod de viață). În unele culturi asiatice și din America Centrală bunele maniere impun ca musafirii să plece acasă imediat după masă, iar dacă nu fac acest

deosebire de acestea, țările de la latitudini sudice produc culturi caracterizate prin extravaganță socială, nu foarte preocupate de constrângeri sau de ordonarea lumii.”

lucru, transmit nonverbal semnificația că „nu au mâncat suficient”; în schimb, în culturile europene și nord-americane a pleca acasă imediat după masă îi dă gazdei semnalul nonverbal că musafirul nu se simte bine în compania sa. Spațiul interacționează cu diverse forme de comunicare verbală: distanțele interpersonale sau sociale de interacțiune tind să fie mai mari în culturile individualiste, unde oamenii simt nevoia unui spațiu securizant, mai mici în culturile colectiviste, unde indivizii se simt confortabil în grupuri mai largi și acceptă relativ ușor proximitatea fizică; sentimentul „spațiului personal” (engl. *privacy*) este mai accentuat în cultura americană (de exemplu, mamele bat la ușă înainte de a intra în camera copiilor, proprietarii își pun afișe de tipul *private property* pentru delimitarea posesiunii), în timp ce în cultura japoneză sentimentul spațiului personal nu este foarte acut (pereții despărțitori ai camerelor sunt de hârtie, mamele intră frecvent în dormitoarele copiilor fără a bate la ușă). Modul în care este delimitat spațiul personal diferă de la o cultura la alta: în Statele Unite se pun încuietori de mare siguranță la uși, în Germania se folosesc uși duble, izolate fonic, în Norvegia ușile sunt mari, în Belgia și Olanda ferestrele nu au perdele, în Anglia și Canada proprietățile se delimitează prin garduri vii și copaci. Simțul puternic al proprietății accentuează de obicei distanțele sociale dintre indivizi.

Relația dintre elementele nonverbale și cele verbale în cadrul comunicării este diferită: elementele nonverbale joacă un rol extrem de important în culturile cu grad ridicat de dependență contextuală, dar sunt mai puțin importante, tinzând doar să acompanieze comunicarea, fără a interfera cu semnificația, în culturile cu un grad scăzut de dependență contextuală.

2.8. Concluzii

Cultura este vehiculată prin semne și simboluri care alcătuiesc un sistem de reprezentări determinate cultural: o hartă de semnificații sociale și personale care satisfac nevoile particulare de comunicare ale membrilor comunității respective. În același timp, comunicarea este una dintre formele de bază prin care se creează și se manifestă cultura. Din această intercondiționare complexă rezultă stilul cultural de comunicare. Variația culturală în plan comunicativ se manifestă prin: decupajele lumii operate de structurile lexicale, semantice și gramaticale ale limbii; scripturile culturale pe care le activează și le evocă secvențial; practicile discursive; maniera particulară de constituire a semnificației; structura interacțiunii; relațiile interpersonale implicate; modalitatea particulară de încorporare a elementelor paraverbale și nonverbale.

3. Corelații între variabilele culturale și stilurile comunicative

Între dimensiunile de variație culturală (vezi *supra*, II.5) și stilurile comunicative ale diverselor grupuri etnice (stilurile comunicative determinate cultural, vezi *supra*) s-au observat unele corelații constante. Astfel, dimensiunile de variație culturală pot fi folosite pentru a face predicții legate de modul în care se comunică în diverse culturi; invers, modul particular în care comunică membrii unei culturi poate oferi indicii în legătură cu locul în care se plasează o cultură pe diverse dimensiuni de variație.

Fără a fi absolutizate, aceste corelații trebuie citite ca tendințe manifestate în diverse grade în diferite societăți; interacțiunile

dintre dimensiunile de variație culturală, specificul diverselor instituții (școală, biserică, instituțiile statului) și stilurile comunicative sunt însă mult mai subtile, mai nuanțate, mai complexe.

INDIVIDUALISM	COLECTIVISM
Distanțe mari de interacțiune	Distanțe mici de interacțiune
Zâmbetul – expresie a satisfacției	Zâmbetul – sprijin al interacțiunii verbale
Rolul important al conversației fatice	Rolul puțin important al conversației fatice
Strategii directe de comunicare, ce urmăresc transmiterea directă a mesajului	Strategii indirecte de comunicare, cultivând ambiguitatea menită să protejeze relațiile sociale
Strategii ale politeții negative, ale menținerii imaginii publice personale, ale obținerii acordului din partea interlocutorului	Strategii ale politeții pozitive, ale păstrării imaginii publice a interlocutorului, ale susținerii lui, ale adeziunii la punctul lui de vedere
Tendință de dominare a interlocutorului	Tendință de subordonare față de interlocutor
Tendință de implicare în conflicte verbale	Tendință de evitare a conflictelor verbale
Strategii de rezolvare a conflictelor orientate spre rezultate	Strategii de rezolvare a conflictelor orientate spre relații
Strategii ale negocierii bazate pe relații interpersonale	Strategii ale negocierii bazate pe roluri sociale
Strategii de discurs bazate pe distincții minime între membrii grupului și străinii de grup	Strategii de discurs bazate pe distincții evidente între membrii grupului și străinii de grup
Discurs orientat spre viitor	Discurs orientat spre prezent/trecut
Verbalizarea emoției	Reținerea sau mascarea emoției

DISTANȚĂ MICĂ FAȚĂ DE PUTERE	DISTANȚĂ MARE FAȚĂ DE PUTERE
Contact vizual intens	Contact vizual limitat
Lipsa acuității în decodarea elementelor nonverbale	Acuitate în decodarea elementelor nonverbale
Intensitate vocală	Lipsa intensității vocale
Cuvântul maschează ierarhiile	Cuvântul pune în evidență ierarhiile
Strategii ale empatizării cu interlocutorul	Strategii ale marcării ierarhiilor
Dreptul de a întrerupe interlocutorul	Evitarea întreruperilor
Asertivitate ridicată	Nonasertivitate
Promovarea intensă a opiniilor și drepturilor personale	Conformitate cu norma, îndeplinirea sarcinilor ce le revin conform poziției în cadrul grupului

MASCULINITATE	FEMINITATE
Puterea discursivă se reflectă în strategiile comunicative	Puterea discursivă nu este reflectată în comunicare
Agresivitate verbală	Evitarea agresivității verbale
Rolul puțin important al elementelor nonverbale în comunicare	Rolul important al elementelor nonverbale în comunicare

PUTERNICĂ EVITARE A INCERTITUDINII	SLABĂ EVITARE A INCERTITUDINII
Explicitul; sensul literal	Implicitul; sensul nonliteral
Lipsa ambiguității comunicative	Ambiguitate comunicativă
Intervenții verbale scurte	Intervenții verbale lungi

INDEPENDENȚĂ CONTEXTUALĂ	DEPENDENȚĂ CONTEXTUALĂ
Rolul puțin important al elementelor nonverbale în comunicare	Rolul important al elementelor nonverbale în comunicare
Focalizare	Nonfocalizare
Patternuri deductive în comunicare	Patternuri inductive în comunicare
Redundanță	Elipsă
Rolul important al anaforei	Rolul important al deixisului

ACCESIBILITATE	INACCESIBILITATE
Distanțe mici de interacțiune	Distanțe mari de interacțiune
Posturi de interacțiune deschise	Posturi de interacțiune închise
Animozitate verbală	Reticență verbală
Intimitate comunicativă	Lipsa intimității comunicative
Expresivitate	Lipsa expresivității
Număr mare de <i>back-channels</i>	Număr mic de <i>back-channels</i>

Pentru a înțelege stilul de comunicare dintr-o cultură determinată trebuie cunoscute, pe de o parte, tendințele generale ale culturii pe diverse dimensiuni de variație (individualism/colectivism, distanță față de putere, evitarea incertitudinii, masculinitate/feminitate, orientare în timp), iar pe de altă parte, manifestările specifice la nivelul culturii ale uneia sau alteia dintre dimensiunile de variație culturală. Astfel, concepte specifice culturii japoneze, cum ar fi *wa* (armonie), *amae* (dependență), *enryo* (rezervă, reținere), dau o configurație particulară colectivismului de tip japonez, în comparație cu colectivismul de tip coreean, influențat de conceptul *chong* (afect); stilurile comunicative specifice celor două societăți vor fi diferite, modelate, dincolo de colectivism, de mentalități particulare diferite.

3.1. Clasificarea lui Gudykunst (1988)

Compararea diverselor stiluri culturale de a vorbi și corelarea lor cu dimensiunile de variație culturală (Hofstede, 1984, 1997a; Hall, 1976) i-au condus pe Gudykunst *et al.* (1988) la identificarea a patru stiluri culturale de comunicare, plasate de-a lungul unui continuum: stilul direct *vs* indirect; stilul elaborat *vs* exact *vs* succint; stilul personal *vs* contextual, stilul instrumental *vs* afectiv.

Stilul direct vs indirect. Culturile individualiste (de pildă, cultura americană) își asociază valori precum deschidere comunicativă și onestitate, manifestate printr-o comunicare verbală

explicită, precisă, directă, creativă, onestă, în timp ce culturile colectiviste (de exemplu, culturile asiatice) asigură armonia în cadrul grupului cultural printr-o comunicare indirectă, imprecisă, implicită.

Stilul elaborat vs exact vs succint. Stilul elaborat presupune folosirea unui limbaj expresiv, bazat pe elocință; culturile arabe, de exemplu, recurg frecvent la metafore și comparații expresive. Stilul exact, specific culturilor de limbă engleză, pare să se conformeze cel mai bine maximei griceene a cantității (cantitatea de informație oferită de vorbitor nu trebuie să fie nici mai mare, nici mai mică decât e necesar pentru scopul curent al conversației). Stilul succint se caracterizează prin pauze lungi, cuvinte puține și idei succint exprimate, ca în Japonia, China sau în culturile amerindiene.

Stilul personal vs contextual. Stilul personal este centrat pe individ: limbajul reflectă opiniile individului și relații cu semenii bazate pe egalitate și lipsă de formalism; deicticele spațio-temporale, ale pronumelor personale sunt proiecția în text a vorbitorului. Stilul contextual (Coreea, Burundi) se bazează pe informația implicită partajată de interlocutori, pe proiecția în text a statutului social și a relațiilor ierarhice, formale dintre interlocutori.

Stilul instrumental vs afectiv. Stilul instrumental (folosit de americani) presupune o comunicare orientată spre receptor și centrată pe rezolvarea problemelor, în timp ce stilul afectiv presupune comunicarea orientată spre emițător și centrată pe construirea relației cu interlocutorul. Stilul afectiv poate fi: de tip deferent (ca în culturile din Asia de Est), când vorbitorii sunt evazivi și confuzi pentru că nu au certitudini legate de modul în care receptorul primește mesajul lor, și de tip dramatic (în culturile arabe), când accentul se pune pe expresia emoției și pe comportamentul nonverbal.

3.2. Clasificarea lui Clyne (1994)

Autorul distinge patru stiluri comunicative (A, B, C, D), rezultate la interfața dintre modul în care sunt performate actele de vorbire și regulile accesului la cuvânt într-o cultură dată.

Stilul A (specific Europei continentale și țărilor din America Latină) se caracterizează prin luări de cuvânt mai degrabă lungi și un relativ echilibru între strategiile politetii negative și cele ale politetii pozitive în performarea actelor de vorbire; deosebit de frecvente sunt actele de vorbire de tip directiv, precum și plângeri sau diverse expresii ale nemulțumirii.

Stilul B (întâlnit la locuitorii din Asia de Sud) se caracterizează prin luări de cuvânt relativ lungi, în care sunt etalate expresii ale formalismului birocratic, retorism, repetiții, paralelism. Sunt favorizate expresiile politetii pozitive, explicațiile lungi, elaborate. Se cedează greu cuvântul interlocutorului.

Stilul C (specific populațiilor din Asia de Sud-Est, China, Indonezia, Vietnam) se caracterizează prin luări de cuvânt scurte, deferență și promovarea unui sistem al politetii negative.

Stilul D (specific populațiilor din America și Europa de Nord), deși identificat, nu este analizat de autor.

3.3. Clasificarea lui FitzGerald (2003)

Analizând interacțiunile dintre interlocutori proveniți din diverse culturi, FitzGerald (2003, pp. 168-169) propune o clasificare compozită a stilurilor comunicative, rezultată dintr-o abordare integrată a celor patru dimensiuni prezentate mai sus.

Descriptor (stil de comunicare)	Grup cultural
Instrumental-exact	Culturile de limbă engleză, culturile din Europa de Nord și de Vest
Spontan-argumentativ	Culturile din Europa de Est

Implicat-expresiv	Culturile din Europa de Sud și din America Latină
Elaborat-dramatic	Culturile din Orientul Mijlociu
Birocratic-contextual	Culturile din Asia de Sud
Succint-supus, deferent	Culturile din Europa de Est și de Sud-Est

Stilul instrumental-exact se bazează pe recunoașterea autonomiei individului și a dorinței lui de a alege singur, fără a-i fi impuse soluții; pune accent pe identitatea eului și promovează strategii ale politetii negative. Stilul de comunicare este succint, explicit, liniar, orientat spre un scop precis, informația se organizează deductiv, relația dintre interactanți se bazează pe egalitate, valorizează discuțiile și argumentările neemoționale, obiective.

Stilul spontan-argumentativ rezultă din exprimarea directă, spontană a emoției, valorizează apropierea și sinceritatea. Stilul comunicativ este direct, adeseori abrupt, admitând exprimarea emoțiilor negative; oamenii argumentează dur, în forță, iar pentru impunerea punctului de vedere personal adeseori nescotesc sentimentele celuilalt. Pentru a-și exprima complet un punct de vedere, vorbitorii au tendința de a recurge la luări de cuvânt relativ lungi, distincte, cu suprapuneri puține, mai ales spre sfârșitul replicii interlocutorului.

Stilul implicat-expresiv se caracterizează printr-o expresivitate de tip emoțional, bazată pe strategii ale politetii pozitive, dezbateră și argumentarea sunt agreabile și contextualizate, apar suprapuneri frecvente care marchează colaborarea dintre interlocutori, informația este puțin focalizată, sunt tolerate digresiunile.

Stilul elaborat-dramatic este expresia valorizării în culturile respective a relațiilor armonioase de grup, a unei activități de imagine orientate spre fața pozitivă a interlocutorului. De aceea sunt preferate luările de cuvânt relativ lungi, se acordă atenție deosebită formei, în defavoarea conținutului. Printre caracteristicile acestui stil se numără: aserțiuni neargumentate, generalizări, înfrumusețarea expresiei prin metafore și comparații, repetiții și paralelisme, menite să convingă interlocutorul prin impresia pe care cuvântul o face asupra lui, nu prin argument.

Stilul birocratic-afectiv caracterizează societățile cu dependență mare de context, care valorizează armonia socială și strategiile politeții pozitive. Accentul cade pe formă, nu pe conținut, intervențiile conversaționale sunt lungi, informația este organizată inductiv. În argumentare sunt analizate ambele fațete ale unei probleme, prezentate, câteodată, în cursul unei singure intervenții, fără ca vorbitorul să-și exprime tranșant punctul de vedere.

Stilul succint-supus, deferent caracterizează culturile care valorizează armonia socială, modestia, conformismul și care favorizează strategiile politeții pozitive, mascând emoțiile negative și orice exprimare a unui punct de vedere care l-ar putea tulbura pe interlocutor. Interacțiunile sunt configurate de statutul social al interlocutorilor, se bazează pe o puternică ancorare contextuală, ideile sunt exprimate indirect, unele informații trebuie deduse din context. Luările de cuvânt sunt scurte, vorbitorii fac economie de cuvinte, punctele de vedere personale sunt exprimate cu prudență, pentru a nu afecta echilibrul social, patternurile de discurs sunt inductive, liniștea și non-cuvântul sunt bine tolerate.

4. Rolul limbii în comunicare

Sintetizând cele prezentate până acum, vom spune că rolul limbii în comunicare diferă în cadrul diverselor culturi.

În culturile occidentale, limba este văzută ca un mijloc de autoexprimare și de dobândire a vizibilității sociale, în timp ce în Orient este considerată un element de coeziune și identitate națională. În culturile occidentale prevalează funcția de informare a limbii, printr-un discurs de tip utilitar în care se acordă prioritate dispunerii coerente a informației și dezvoltării unei argumentații eficiente, în timp ce în culturile orientale predomină funcția de relaționare a limbajului, activată printr-un discurs de tip reflexiv, centrat pe sentimente și pe relațiile dintre participanții la comunicare. În culturile occidentale limba joacă un rol decisiv în negociere,

ratificare și în formularea deciziilor, în gestionarea imaginii personale și în stabilirea relațiilor interpersonale, pe când în culturile orientale rolul decisiv al limbii apare în conservarea relațiilor de grup, în confirmarea poziției sociale prealocate pe care o are fiecare membru al societății în reiterarea tradiției în relațiile intragrup și intergrup. În timp ce culturile occidentale valorizează originalitatea, sinceritatea ca expresie a propriilor opinii, argumentativitatea și asertivitatea, culturile orientale valorizează conformismul, șablonul, proverbul, subordonarea opiniei individuale viziunii de viață a grupului. Dacă în culturile occidentale cuvântul primează în raport cu elementele nonverbale, care ocupă un loc secundar, în culturile orientale elementele nonverbale și cunoștințele implicite împărtășite cultural joacă un rol decisiv în comunicare.

În determinarea funcției pe care „cuvântul” îl are în comunicare, un rol important l-au avut sistemele filosofice și religioase care au configurat identitatea culturală a diverselor societăți. Tradiția retorică a Vestului este fundamentată pe gândirea lui Socrate, Platon, Aristotel, care promovează logica, rațiunea, gândirea analitică, exprimarea clară, logică, persuasivă a gândurilor și ideilor. Tradiția retorică a Orientului se raportează la taoism sau confucianism:

Pentru a fi așa cum natura a vrut să fii, vorbește rar. Cel ce înțelege nu trebuie să predice, cel ce predică nu înțelege. Păstrează pentru tine gândurile și cuvintele. Netezește diferențele și iartă neînțelegerile. Umbrește-ți istețimea și simplifică-ți scopul. Cuvintele sofisticate și stilul înfrumusețat nu poartă în ele virtutea. Cel mai adeseori cuvintele aduc necazuri.

Un experiment intercultural a scos la iveală date interesante în legătură cu perceperea competenței retorice în culturile occidentale și în cele orientale. În campaniile electorale, votanții occidentali apreciază argumentația și puterea de persuasiune a candidaților; votanții din Coreea au perceput lipsa competenței pragmatice a candidaților ca expresie a unui caracter onest, demn de încredere.

Rolul limbii în comunicarea dintre membrii societății este determinat și de orientarea religioasă a grupului cultural. Astfel, creștinismul acordă importanță cuvântului, văzut deopotrivă ca temelie a lumii și ca dar dat omului de către Dumnezeu:

La început era Cuvântul și Cuvântul era la Dumnezeu și Dumnezeu era Cuvântul. Acesta era întru început la Dumnezeu. Toate prin El s-au făcut; și fără El nimic nu s-a făcut din ce s-a făcut (Ioan 1.1-3).

Prin cuvânt Dumnezeu comunică cu credincioșii, iar predica este o formă de transmitere a învățămintelor divine. Iudaismul pune învățătura în centrul sistemului său de credințe; dragostea de învățătură și studierea cărților sfinte reprezintă calea spre înțelepciune, asemenea lui Adam, care a ales cunoașterea. Pentru Islam, Cartea Sfântă, Coranul, păstrează în formă scrisă cuvântul lui Allah, atunci când aceasta s-a adresat singura dată umanității. De aceea, memorarea Coranului, repetarea lui ca formă de rugăciune care nu trebuie tulburată este datorită oricărui bun musulman, ca și înscrierea în ritual prin pelerinaj. Dimpotrivă, în hinduism, sursa cunoașterii și a înțelepciunii este noncuvântul, adică meditația și introspecția, iar pentru budiști cuvântul este o iluzie, în timp ce viața corectă, gândul bun, contemplarea și meditația îi ajută pe credincioși să se ridice deasupra suferințelor din lumea fizică. Confucianismul pune cuvântul de duh, proverbul și aforismul în slujba armoniei sociale și a demnității umane.

Exerciții. Aplicații

1. Comentarii comparativ citatele următoare:

Interdependența dintre gândire și vorbire pune în evidență cu claritate faptul că limbile sunt nu atât un mijloc de exprimare a unui

adevăr prestabilit, cât mai ales un mijloc de descoperire a unui adevăr necunoscut anterior. Diversitatea limbilor nu este atât o diversitate de sunete și semne, cât o diversitate a modurilor de a privi lumea (Kerényi, 1996, p. xxxi).

Gândindu-ne la limbă ca la un instinct, răsturnăm tendințele generale de gândire, așa cum ne-au fost transmise ele în special de științele umaniste și de științele sociale. Limba conține în ea tot atâta invenție culturală cât postura bipedă. Nu este o manifestare a capacității generale a individului de a folosi simboluri: un copil de trei ani este un geniu gramatical, dar este aproape incompetent în domeniul artelor vizuale, al iconografiei religioase, al semnelor de circulație [...]. De îndată ce începem să privim limba nu ca esența inefabilă a unicității omului, ci ca formă biologică de adaptare la nevoia de a comunica informație, nu mai e deloc tentant să vedem limba ca un modelator insidios al gândirii [...]. Limba ne afectează în mod categoric gândurile, nu doar le pune o etichetă de dragul etichetei. Dar în mod evident, limba este condusă prin care oamenii împărtășesc gânduri și intenții, achiziționând astfel cunoștințe legate de obiceiurile și valorile celor din jur (Pinker, 1994).

2. Recitiți subcapitolul „Diferențele comunicative induse cultural”. Dați și alte exemple prin care să ilustrați diferențe în stilurile comunicative ale unor grupuri etnice.
3. Recitiți „Diversitatea culturală” din capitolul II și „Diferențele comunicative induse cultural” din acest capitol. Observați apoi tabelele de la „Corelații între variabilele culturale și stilurile comunicative” din acest capitol și încercați să explicați fiecare dintre corelațiile prezentate.
4. Amintiți-vă propriile dumneavoastră experiențe interculturale și încercați să explicați, prin prisma cunoștințelor dobândite în capitolele I și II, neînțelegerile pe care le-ați constatat atunci. Citiți cu atenție următoarele dialoguri traduse și adaptate după Scollon și Scollon (1995), apoi rezolvați sarcinile de lucru.
 - a) Caracterizați comparativ stilul cultural de comunicare ilustrat prin următoarele două interacțiuni, având în vedere unele

dintre variabilele prezentate în subcapitolul „Diferențele comunicative induse cultural”.

LA PRIMĂRIE

Discuție la un ghișeu la Primărie. A: englez, m., bătrân; B: funcționar la ghișeu, f., tânără. A vrea să se mute în altă casă deoarece se simte deranjat de unul dintre vecini; Steve este un fost funcționar al Primăriei, cu care bătrânul discutasese deja această problemă.

A: ă, îmi pare rău că te deranjez, dragă...

B: nu mă deranjați, luați loc

A: da... n-am mai trecut pe aici de ceva vreme, de când a plecat Steve

B: da

A: îm, aș vrea să mă mut

B: îhm...

A: pentru că știi, nu mai vreau să stau acolo... nu mă mai simt bine acolo...

B: da, da

A: știi, e mai bine de un an de când

B: îhm

A: nu mă împac deloc cu el, de fapt nu-mi mai convine deloc să stau acolo

B: mhm

A: adică ieri [de exemplu

B: ă, știți cumva]

A: adică ieri, ... vorbeau ... el ... și celălalt vecin

B: îhm

A: nu știu exact ce se întâmpla, pentru că eu nu mă amestec cu ei... știi, eu nu

B: îhm

A: dar cum spun, vreau să mă mut de acolo, i-am spus și asistentei sociale care mă vizitează

B: dar... ă... vreau să zic, ea ce a spus?

A: păi... și ea a spus același lucru... dacă nu mai vreți să stați acolo... să căutăm altceva

B: da, da

A: de aia am venit aici, știi, stau în căsuța mea de patruzeci de patrușunu de ani

B: da, așa e

A: când trăia soția mea, Steve o cunoștea pe soția mea, și

B: aha

A: și atunci mă înțelegeam bine cu vecinul, dar acum nu-mi mai place deloc acolo (*dă din cap*), [nu-mi mai place și gata]

B: [da]

A: mie nu-mi place, dacă dumneavoastră credeți că se poate trăi așa

B: a nu, sigur că nu, bineînțeles că nu, nu vă sparge nimeni geamurile

A: [da, bine]

B: [dar nu e plăcut]

A: când își tunde iarba

B: îhî

A: lasă mizeria pe trotuarul meu

B: și când sunt în grădină stă tot timpul cu ochii pe mine

A: îhî

B: vreau să mă mut de acolo

A: ați completat un formular?

(Parantezele drepte semnalează suprapuneri de replici.)

O PERSOANĂ CU PROBLEME

Clientul: bărbat, vârstă medie, asiatic (A). Vine însoțit de cei doi fii, care pe tot parcursul discuției stau în spatele lui. Funcționara: femeie, tânără, asiatică (B).

B: da, cu ce vă pot ajuta

A (*cu capul înclinat, privirea ridicată pentru a privi spre funcționară câteva clipe, apoi lasă privirea în jos, inspiră*): cu serviciul... (*intensitate scăzută*) e foarte complicat... (*depărtează mâinile*)

B (*privind în jos*): așa, spuneți

A (*privire scurtă spre B, apoi privește în jos*): a doua oară

B (*privire scurtă spre A, apoi privește în jos*): la mine?

A (*ezitând, intensitate scăzută*): de două ori am fost aici

B (*dă din cap*)

A (*privind spre B, apoi în jos*): de două ori am fost, dar erați ocupată

B (*privire scurtă spre A, apoi privește în jos dând din cap*)

A: am probleme mari... (*intensitate scăzută*) mă copleșesc

B (*privind în jos, apoi scurt spre A*): care este problema?

A (*se uită scurt la B, se întoarce spre cei doi fii, ia o hârtie pe care o pune pe masă pentru a fi văzută de funcționară*)

B (*îl urmărește pe A cu privirea, dă din cap*)

A (*privind hârtia*) ... (*intensitate ridicată*) acesta e calendarul

B (*privind în jos, dă din cap*)

A (*desface hârtia și indică un punct de pe hârtie*)

B (*ține documentul de un colț, urmărind punctul indicat de A*)

A (*privind rapid spre B, apoi în jos*): (*intensitate ridicată*) pe 25 (*privește scurt spre B*), e semnătura aici

B (*își arcuiește corpul încercând să vadă bine ce e scris pe foaie*): ați semnat pe 25

A (*intensitate ridicată*) pe 25 (*urmărește hârtia cu corpul*)

B: hmm

A: și pe 8 iunie (*privește scurt spre B, apoi pe foaie*) aici e semnătura (*intensitate ridicată, cu un creion în*

mână arată ceva pe foaie) pe 7 (*privire scurtă spre B*) am intrat în spital

B (*urmărește cu degetul pe calendar, îl duce în direcția punctului însemnat de A*): o clipă

A (*privire scurtă spre B, apoi în jos*): m-am internat

B: ați semnat... ați semnat (*urmărește cu corpul un traseu pe calendar*) când... (*aceeași mișcare descrisă cu corpul*) întâi aici (*intensitate ridicată*)... (*mișcare a corpului*) când?

A (*privind în jos*): 25

B (*mișcare a corpului, pauză prelungită*): ați semnat... 25... (*intensitate ridicată*) MAI?

A: după două săptămâni trebuia (*intensitate scăzută*)... semnătura...

B: nu... o clipă... (*intensitate ridicată*) ați semnat pe 25 mai sau pe 25 iunie?

A (*dă din cap, indică ceva pe foaie*)... (*intensitate scăzută*) 8 iunie

B: când ați semnat dumneavoastră?

A: pe 25 mai... (*intensitate scăzută*) am semnat o dată

B (*intensitate ridicată*): ați semnat pe 25 mai?

A (*arată ceva pe hârtie*)

B: în ce lună?

A (*intensitate scăzută*): în mai

B (*intensitate ridicată*): mai?

A: mai.

- b) Secvențele marcate în textele următoare sunt semnale de recepție (*back-channels*), adică secvențe prin care interlocutorul îi semnalează vorbitorului curent că îl ascultă cu atenție, că este interesat de ceea ce spune, că înțelege ceea ce spune; dând aceste semnale, interlocutorul nu îl întrerupe pe vorbitorul curent, ci îl lasă/încurajează să continue. Comentați deosebirile între cele două dialoguri

în privința modului în care interlocutorii dau semnale de recepție (*back-channels*).

Pat (american): Bine, [îhâm], bine Tanaka-san

Tanaka (japonez): [**bai = da**]

Pat: Nu uita [după ce] cheltui [banii], facem un [test]

Tanaka: [**bai**] [**bai bai**] [**bai**]

Pat: și un afiș în metrou e mai [eficient] decât o reclamă în [*Cosmopolitan*] sau în orice alt [ziar]

Tanaka: [**bai bai**] [**okay**] [**bai**]

Pat: Nu cred că oamenii se plictisesc de afișe nu-mi pasă nu vreau să-i las [să se plictisească] de ele

Tanaka: [**bai**]

Pat: să le vadă. Dar... trebuie să acoperim principalele stații de metrou, poate punem mai multe în Osaka, nu știu, tu, tu hotărăști unde le pui, cheltuiește bani cât de mulți

Tanaka (fricativă aspirată, semn al dezaprobării)

Osaka: Jenny vine astă-seară

Tanaka: **okay**

Pat: noi vom fi aici în fiecare zi să te ajutăm la nevoie

Tanaka: **Mulțumesc**

Pat: **okay**

5. Comentați următoarele afirmații: „O limbă diferită înseamnă un stil diferit de viață.” • „Suma înțelepciunii umane nu este conținută într-o singură limbă, iar limba nimănui și nicio singură limbă nu poate exprima toate formele și gradele înțelegerii umane.” (*Ezra Pound*).
6. Comentați afirmația următoare:

Cultura are propriul sistem de comunicare nonverbală. Copiii învață acest sistem încă înainte de a stăpâni deprinderile comunicării verbale și se bazează pe el ca pe cel mai important mijloc de

comunicare. Pe măsură ce cresc, comportamentele nonverbale devin atât de ancorate în psihicul lor, încât recurg la acestea aproape inconștient (Almaney, Alwan, 1982, p. 16, *apud* Leathers, 1986, p. 256).

7. Comentați: „...fiecare limbă este și ea [...] înțelepciunea lumii într-una din versiunile ei”.

IV. CULTURI ÎN CONTACT

1. Întâlnirea dintre culturi

Contactul dintre culturi poate fi indirect (prin tipărituri, prin media, prin importul/exportul de produse culturale) sau direct (prin întâlnirea dintre indivizi proveniți din culturi diferite). Interesează în cele ce urmează contactul cultural direct între indivizi și grupuri aparținând unor culturi diferite.

1.1. *Ciocnirea culturală. Șocul cultural*

La contactul cu o nouă cultură, individul trăiește experiențe emoționale noi, provenite din eforturile lui de adaptare la noul sistem de semne. Aceste experiențe îmbracă două forme: *ciocnirea culturală* și *șocul cultural*.

Ciocnirea culturală (*cultural bump*) are loc în timpul contactelor de scurtă durată cu o nouă cultură, când individul are timp doar să constate diferențe între cultura sa și cultura-gazdă, manifestă un interes moderat față de aceste diferențe, care îl amuză sau îl surprind.

Șocul cultural se manifestă în timpul contactelor mai lungi ale individului cu o nouă cultură. Este o reacție la dislocarea culturală, manifestată ca stare de anxietate ce apare când individul își pierde sistemul familiar de semne și simboluri. Se

manifestă ca incapacitate temporară de comunicare acompaniată de stări emoționale negative (confuzie, neînțelegere, jenă, iritare, frustrare, rușine, furie). Termenul *șoc cultural* a fost introdus de antropologul american de origine finlandeză Kalvero Oberg. Șocul cultural cunoaște mai multe faze:

1. „*Luna de miere*”, când individul manifestă fascinație și optimism față de noua cultură: savurează mâncarea, se bucură de calmul care domină societatea, i se par interesante obiceiurile oamenilor, este preocupat de arhitectura locală.
2. *Dezorientare*: individul este bombardat de stimuli noi, diferiți de cei pe care îi primea în cultura sa, este dezorientat, îi lipsesc reperele de interpretare și integrare a acestor stimuli în sistem.
3. *Ostilitate, enervare*: stereotipurile sunt activate emoțional, iar diferențele față de cultura originară încep să fie percepute ca inconveniente: dorul după mâncarea de acasă, plictiseala într-o comunitate considerată neinteresantă, cu obiceiuri caraghioase și obositoare, melancolie la amintirea locurilor de acasă.
4. *Însănătoșire și acceptare*: pe măsură ce individul capătă abilitatea de a se descurca în noua societate, diferențele sunt luate ca atare, trecute în fundalul cotidian al existenței; acceptarea noului sistem de viață, integrarea în societate prin adoptarea unor elemente din noul mod de viață.
5. *Biculturalitatea*: individul poate trăi confortabil în ambele culturi, fără a fi stresat de schimbarea stimulilor diferiți pe care îi primește din fiecare cultură. Există controverse în legătură cu posibilitatea atingerii acestui nivel.

Întoarcerea acasă, revenirea la cultura de origine poate produce *șocul cultural inversat*, caracterizat prin aceleași faze. Diagrama următoare este o reprezentare a șocului cultural la contactul cu o nouă cultură și a șocului cultural inversat trăit la întoarcerea acasă:

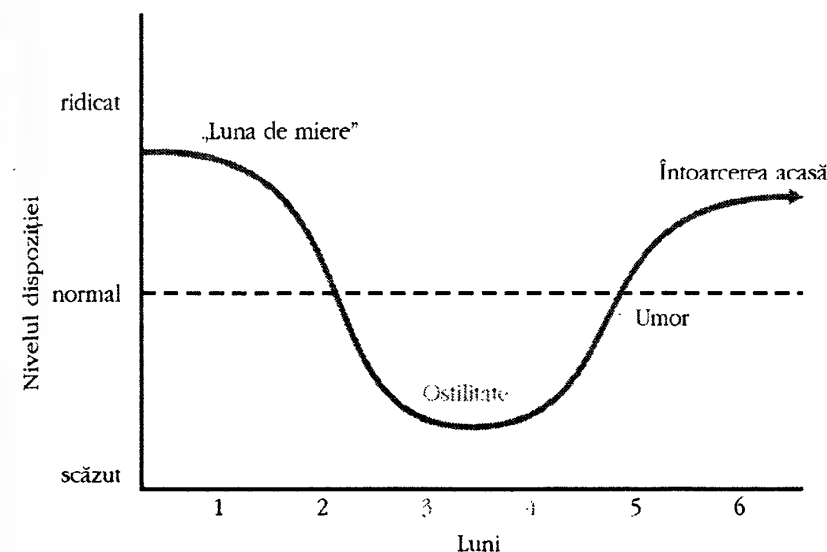


Fig. 1 – *Curba adaptării culturale*

(Sursa: www.ils.unc.edu/~sankd/INLS204/pg2.htm)

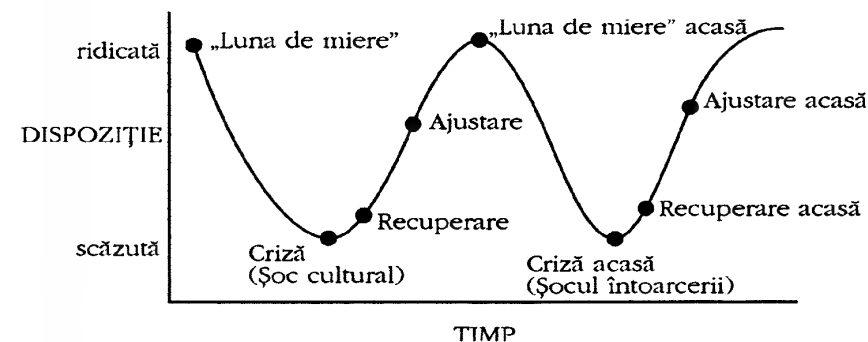


Fig. 2 – *Curba în „W” a contactului intercultural de scurtă durată*

(Sursa: www.soros.org/.../info/nuts_bolts?skin=printable)

Efectele șocului cultural variază de la individ la individ în privința intensității și a consecințelor.

1.2. *Reacția indivizilor la șocul cultural: aculturarea și alienarea*

Confrunțați cu șocul cultural – cu inevitabile sentimente negative de nemulțumire, frustrare, confuzie –, indivizii pot ajunge la două tipuri de rezultate: *aculturarea* și *alienarea culturală*. Cele două rezultate depind de atitudinile inițiale pe care indivizii le au în momentul contactului cu noua cultură și de strategiile de gestionare a șocului cultural.

1.2.1. Aculturarea

Aculturarea se produce când atitudinile inițiale ale individului sunt deschidere, toleranță, acceptare, încredere. În gestionarea sentimentelor negative produse de șocul cultural individul alege strategii integrative (a observa, a asculta, a întreba, a tolera, a se conforma, a face compromisuri etc.). În felul acesta, el va ajunge să înțeleagă noua cultură și să se integreze sistemului ei în diverse moduri și grade.

Aculturarea este procesul prin care indivizii/grupurile de indivizi care intră în contact direct sunt atrași treptat de sistemul de valori și practici ale unuia sau altuia dintre indivizi/grupuri (Redfield, Linton și Herskovits, 1936, p. 149). Modificările în patternurile culturale originare se produc pe două direcții: aculturarea (atragera individului/grupului spre cealaltă cultură) și deculturarea (pierderea de către individ/grup a unora dintre elementele culturii de origine și înlocuirea lor cu elemente din noua cultură).

Procesul de aculturare depinde de locul, scopul și durata contactelor dintre indivizii cu medii culturale diferite și cunoaște

diverse grade de manifestare. Astfel, se disting mai multe tipuri de aculturare:

- a) *Colonizarea și invazia*. Sunt forme de contact între societăți globale. În situațiile de colonizare, populația colonizatoare impune populației colonizate propria cultură; este, de pildă, cazul colonizării romane în Dacia, cu efecte civilizatoare, în urma căreia s-au născut poporul român și limba română, o limbă de origine latină. În situațiile de invazie, membrii culturii invadate adoptă unele elemente din cultura invadatoare; este, de exemplu, cazul invaziilor pe care popoarele migratoare (hunii, cumanii, pecenegii, tătarii etc.) le-au întreprins pe teritoriul fostei Dacii, în urma cărora populația indigenă a adoptat unele elemente ale modului de viață (instrumente de lucru, elemente de vestimentație, tehnici de construire a adăposturilor, forme lingvistice). Se observă așadar că între invazie și colonizare există o diferență în privința gradului de aculturare.
- b) *Aculturarea unilaterală*. Se produce în situații de contact între grupuri de participanți la un eveniment (de pildă, în timpul războiului american din Irak, unii irakieni au deprins moduri de viață americane; soldații români participanți la conflictul din Irak au dobândit obiceiuri americane de viață).
- c) *Aculturarea bilaterală*. Se produce în cadrul contactelor stabile între grupuri naționale inegale (de exemplu, contactele dintre elvețienii de limbă germană și români) sau egale demografic (de pildă, musulmanii și creștinii din Liban). Membrii culturilor în contact se influențează reciproc, în grade diferite.
- d) *Aculturarea multilaterală*. Are loc în cadrul contactelor stabile între numeroase grupuri etnice înrudite din același stat (de exemplu, grupurile etnice din India, Zair) sau între grupuri etnice diverse care locuiesc pe teritoriul aceluiași stat (numeroasele etnii care trăiesc în Statele Unite, românii, maghiarii, germanii din România).

- e) *Contactul între grupuri naționale și grupuri extranaționale* (emigranți de scurtă durată, *ex-pats*, sejurneri, persoane care călătoresc). Grupurile minoritare observă diferențele față de cultura lor de proveniență și preiau elemente din cultura-gazdă; gradul de aculturare depinde de durata conviețuirii cu populația autohtonă și de scopul șederii în cadrul comunității (călătorie de afaceri, muncă, vacanță etc.).

Atragerea la noua cultură se produce în grade diferite: parțial (adaptarea culturală) sau total (asimilarea).

Adaptarea este o transformare internă graduală a unui individ confruntat cu un mediu cultural nou, în direcția sporirii compatibilității sale cu noul mediu. Este un proces dinamic, în cadrul căruia individul își confruntă cunoștințele și obișnuințele culturale cu cele ale noului mediu, constatând diferențe și asemănări și adaptându-se noului mediu din necesități practice legate de existență. Procesul de adaptare este influențat, pe de o parte, de mediul-gazdă (receptivitatea și toleranța nativilor la diferențele culturale, presiunea culturală impusă străinului în sensul adaptării), iar pe de altă parte, de predispozițiile individuale ale celui confruntat cu o nouă cultură (fundalul cultural și rasial al persoanei, attribute de personalitate, toleranța pentru diversitate, gradul de pregătire pentru schimbare). În acest proces de adaptare comunicarea joacă un rol important: cu cât competența de comunicare a non-nativului se suprapune mai bine peste competența de comunicare a nativului, cu atât procesul de adaptare este mai eficient. Rezultatele adaptării culturale sunt adecvarea funcțională a individului, sănătatea lui psihică și dobândirea unei identități interculturale (Kim, 1988, 2001). Adaptarea este o formă de rezolvare a diferențelor în cadrul unui efort al individului de a-l înțelege pe celălalt. În procesul de adaptare, atitudinile comune ale interactanților par să conteze mai mult decât asemănările/diferențele dintre culturi sau competențele lingvistice. Toleranța, receptivitatea la nou, curiozitatea interculturală, conștiința diferenței, observarea diferențelor, acceptarea diferențelor, ascultarea atentă,

atitudinea noncritică, umorul sunt atitudini care favorizează adaptarea.

Asimilarea este un proces avansat de pierdere a valorilor culturii originare și integrarea totală în cultura dominantă (engl. *mainstream culture*).

Demarcația dintre aculturare și asimilare este greu de stabilit.

1.2.2. Alienarea culturală

Alienarea culturală se produce atunci când individul are atitudini inițiale de suspiciune, teamă, neîncredere, intoleranță. În gestionarea șocului cultural, individul alege strategii reactive (a critica, a se retrage). Când indivizii nu sunt capabili să se adapteze la noua cultură, ei suferă un proces de alienare culturală, ce se manifestă ca proces de devalorizare a culturii-gazdă și dorința de întoarcere la cultura de origine, individul având sentimente de marginalizare socială, frustrare, furie. Sentimentul „dezrădăcinării” este parte a alienării culturale.

2. Comunicarea interculturală

Comportamentele comunicative ale indivizilor sunt rezultatul interacțiunilor complexe dintre factori culturali, factori contextuali, cunoaștere și emoție. Modul în care comunicăm este ancorat cultural, modelat de mentalitățile, valorile, practicile, expectațiile specifice unui grup etnic, la rândul lor create și vehiculate în procesul comunicării. „Cultura înseamnă comunicare, iar comunicarea înseamnă cultură” (Hall, 1959, p. 186). Putem verbaliza această condiționare complexă dintre limbă și cultură prin termenul *limbă-cultură*. Orice modificare a factorului cultural are efect asupra comunicării dintre indivizi.

Situațiile de comunicare la care participă indivizi proveniți din culturi diferite se numesc *situații de comunicare interculturală*. În procesul comunicării interculturale, indivizi din medii culturale diferite își negociază identitățile culturale, regulile de semnificare, percepțiile, efectele produse în cadrul interacțiunii. De aceea, a vorbi o limbă străină, limba celuilalt, nu este o garanție a comunicării eficiente dintre indivizi. A vorbi o limbă străină presupune mai mult decât a-ți însuși regulile de structură și vocabularul limbii respective: înseamnă a vehicula semne și simboluri în maniera validată de cultura respectivă. „Dacă învățăm limba celuilalt, dar nu și cultura lui, riscăm să ne facem de răs fluent” (Sukwiwat, 1981, *apud* FitzGerald, 2003).

Configurația schimburilor verbale variază în funcție de identitatea culturală și lingvistică a indivizilor care iau parte la interacțiune. Exemple care să ilustreze acest fenomen apar în FitzGerald (2003), de unde vom cita următoarele dialoguri pentru a ilustra un tip de diferență, gestionarea accesului la cuvânt în grupuri interculturale diferite¹:

Grupul 1 (Tema de discuție: Transplantul de inimă. Participanți: *Jack*, australian vorbitor nativ de engleză; *Asmaban*, femeie din Orientul Mijlociu; *Yolanda*, femeie din America Latină; *Doai*, bărbat din Asia de Sud-Est)

Jack: Am lucrat în toată Australia. Am lucrat ca îngrijitor de turme.

Doai: Tu (*pauză*) îngrijitor de turme?

Jack: Un fel de cow-boy.

Doai: [Cow-boy]

Asmaban: A...]

Jack: x dar am lucrat în Nord, [adunam turmele]

1. Traducerea îmi aparține – după FitzGerald (2003, pp. 115-116). Semnele folosite, aceleași cu cele din original, indică: xxx – secvențe neînțelese de persoana care a realizat transcrierile de pe bandă; [...] notează suprapunerile dintre interlocutori.

Doai: [(xxx)] de cai?

Jack: Da, da, de cai.

Yolanda: xxx plac caii

Asmaban: Îmi plac caii, da

Yolanda: Mai demult [am călărit]

Asmaban: [I-am spus] soțului meu vreau să merg undeva și să... dar n-a știut și vreau să merg [xxx]

Doai: [Dar ai] călărit vreodată? [Ai călărit vreodată?]

Jack: [E un loc]

Asmaban: [Nu, mi-ar plăcea]

Yolanda: Am călărit o dată

Se observă că vorbitorul nativ produce enunțuri elaborate, complexe, clare, își reține replica atunci când este întrerupt, nu întrerupe. Se observă cum *Doai* tinde să reflecte discursul interlocutorului, ca formă de colaborare comunicativă, repetă secvențele peste care au existat suprapuneri. *Ashman* are tendința de a-și întrerupe interlocutorul vorbind odată cu el, de a-și păstra cuvântul pentru o intervenție mai lungă. Per ansamblu, interacțiunea se constituie din replici scurte, cu multe întreruperi și propoziții neterminate, cu multe suprapuneri având rolul de a marca dorința de clarificare și de colaborare a interlocutorilor.

Grupul 2 (Tema de discuție: Transplantul de inimă. Participanți: *Jill*, australiancă, vorbitoare nativă de engleză; *Elvid*, bărbat din Europa de Est; *Paloma*, femeie din America de Sud; *Anh*, femeie din Asia de Sud-Est):

Jill: De fapt, și eu m-am gândit... ăăă la numărul cinci, bărbatul din Rusia, care de asemenea este conectat la un plămân și la o inimă artificială

Elvid: Da, și eu

Jill: și are și trei copii

Elvid: Da.

Jill: și asta a contat că, [știi, l-am pus]

Paloma: [Și eu l-am pus] tot primul. Dar nu pentru că are trei copii. Încerc să gândesc cu capul, nu cu inima.

Jill: ——— deci... adică tu crezi că numărul doi e cel mai bolnav sau numărul [cinci care]

Paloma: [nu e] important să dai inima

Elvid: [numărul unu]. Numărul unu e cel mai bolnav

Paloma: [celui xxxx ci celui care mai] are șanse să trăiască după aceea. Care este în cea mai bună stare pentru a trăi cu acea inimă.

Și în acest grup se observă că vorbitorul australian întrerupe puțin și cedează imediat cuvântul când este întrerupt de interlocutor, lăsându-l pe acesta să continue. Elvid întrerupe rar și are tendința de a-și exprima acordul cu interlocutorul, în timp ce Paloma întrerupe cel mai frecvent, pe cea mai lungă durată de timp, își continuă ideea fără a se opri, deși se suprapune cu celălalt interlocutor, are cele mai lungi și elaborate intervenții. Per ansamblu, interacțiunea este dominată de Paloma, secondată de Jill, care, în ciuda tendinței de a-și dezvolta ideile, se întrerupe imediat ce un alt vorbitor își anunță intenția de a lua cuvântul, în timp ce Elvid are contribuții mai scurte, mai puțin importante în plan informațional, care se suprapun puțin cu ale interlocutorului; Paloma tinde să fie argumentativă și conflictuală, în timp ce Elvid pare mai degrabă să accentueze consensul de grup.

Comparația dintre cele două dialoguri pune în evidență, pe de o parte, elemente constante de comportament verbal ale unor indivizi proveniți din anumite zone culturale, iar, pe de altă parte, ilustrează configurații distincte ale interacțiunii în funcție de stilurile comunicative ale interactanților din grup.

În situațiile de comunicare interculturală pot apărea bariere de comunicare, neînțelegeri provocate de diferențele comportamentale/perceptuale/de semnificare existente între indivizii proveniți din culturi diferite, precum și de activarea stereotipurilor (negative). Neînțelegerile, interpretările greșite, rupturile de comunicare sunt o trăsătură inerentă a comunicării interculturale.

În plan interacțional, diferențele dintre membrii unor grupuri etnice se reflectă în stilul cultural de comunicare. Indivizi proveniți din culturi diferite au stiluri de comunicare diferite: recurg la alte reguli gramaticale și norme pragmatice, având expectații comunicative de alt tip. Când se află într-o situație de comunicare interculturală, vorbitorii au tendința de a aplica normele lingvistice și resursele pragmatice ale limbii-culturii materne, având expectații comunicative diferite de ale interlocutorului. Acest transfer poate fi pozitiv (în măsura în care cele două limbi-culturi se aseamănă) sau negativ (acolo unde cele două limbi-culturi se deosebesc). Transferul negativ dă naștere neînțelegerilor dintre interlocutori. Acestea pot fi superficiale, interlocutorii rezolvându-le ușor sau acordându-le atenție minimă; pot conduce la probleme de adaptare reciprocă între interlocutori (stres intercultural); pot produce grave conflicte de comunicare.

Studiile au pus în evidență faptul că nativii tolerează greșelile de limbă (lexicale și gramaticale) ale străinilor, dar recurg foarte repede la stereotipuri negative legate de interlocutorii care nu respectă regulile interacționale validate de cultura-gazdă. În acest mod explică Tannen (1980) stereotipurile negative aplicate evreilor din New York („agresivi și ofensivi”), iar Young (1994) – stereotipurile aplicate chinezilor („impenetrabili și evazivi”).

Lingvista de origine poloneză Anna Wierzbicka¹ face mărturisiri (1997, pp. 119-121) despre „viața dublă” pe care a trăit-o când a trebuit să se adapteze la limba-cultura anglo-australiană și despre sentimentul, pe de o parte, că își trădează limba maternă, iar pe de altă parte, că personalitatea ei se îmbogățește din contactul cu un nou sistem de valori. A învățat că trebuie „să se calmeze”, să fie mai puțin „tăioasă” și „directă”, „mai puțin

1. Anna Wierzbicka s-a născut în Polonia și este în prezent profesor de lingvistică la Universitatea Națională din Australia. Studiile ei de pragmatică, semantică, antropologie și comunicare interculturală sunt cunoscute și apreciate în lume.

entuziastă”, „mai puțin categorică” în idei și mai ales în exprimarea lor; a deprins stilul „anglo” de temperare a afirmațiilor (engl. *understatement*), în locul exprimărilor hiperbolice și emfatică din limba poloneză; a renunțat să mai fie dogmatică (impunând ideile ei celorlalți), argumentativă sau excesiv implicată afectiv; a învățat cum să-și păstreze cuvântul în dialog (*N-am terminat; Lasă-mă să termin*), să înlocuiască imperativele (*Fă cutare lucru!*) cu structuri interrogative de diverse tipuri (*Ai putea, te rog, să...?*; *Ai vrea să...?*; *Te superi dacă te rog să...?*; *De ce n-am face...?*; *Ce zici de...?*). Totuși nu a reușit niciodată să joace jocul *How are you? / I'm fine, how are you?*, să-și înceapă conversațiile vorbind despre vreme, să flecărească sau să spună „minciuni albe” și nici să spună *Mi-a părut bine că te-am văzut* pentru că nu putea fi suficient de spontană și nici nu putea să-și ia aerul individualist pe care astfel de formule ritualice îl presupun. „Pe de altă parte, am învățat să folosesc – și chiar savurez – unele strategii conversaționale anglo de tipul *Sunt de acord cu tine, pe de altă parte însă, trebuie să recunoști că...*, în loc să spun simplu *Nu*.”

Experiențele de comunicare interculturală îl ajută pe individ să cunoască și să aprecieze alte culturi, dar totodată să-și înțeleagă mai bine propria cultură.

Mai multe elemente pot afecta comunicarea interculturală, ducând la neînțelegeri și chiar conflicte interculturale: etnocentrismul, activarea stereotipurilor și a prejudecăților, predispozițiile cognitive, identitatea socială, emoția.

Etnocentrismul, caracteristic oricărui grup cultural, este tendința care îl face pe individ să se plaseze „în centrul universului”, să evalueze din perspectiva normelor și a valorilor propriei culturi toate celelalte forme de manifestare exterioare culturii sale. Totodată, etnocentrismul îl determină pe individ să considere normele și valorile societății sale ca fiind bune, superioare altora, morale, adecvate, normale, exagerând astfel diferențele față de alte grupuri culturale și trecând cu vederea asemănările, valorizând negativ comportamentele deviate de la propriile norme,

dezvoltând sentimente negative față de ceilalți (ostilitate, dispreț, neîncredere). Culturile prezintă diverse grade de etnocentrism: culturile orientate spre toleranță, armonie și valorizarea diferenței au un nivel scăzut de etnocentrism, în timp ce culturile exagerat orientate spre trecut și tradiție sau care perpetuează sentimentul superiorității prezintă un nivel ridicat de etnocentrism¹.

În general, stereotipurile (vezi capitolul II, „Stereotipurile culturale”) sunt puncte de sprijin în comunicarea interculturală, oferind interactanților puncte de pornire pentru reducerea incertitudinii comunicative. Problemele de comunicare apar atunci când caracterizările stereotipe sunt absolutizate și devin bariere în interacțiune, în negocierea semnificației și a relației.

Activarea stereotipurilor atrage după sine activarea prejudecăților și a predispozițiilor cognitive. Prejudecățile sunt în lumea contemporană mai puțin de natură etnică și rasială privind o presupusă inferioritate biologică, cât mai ales legate de sistemul de valori al celuilalt. Predispozițiile cognitive afectează modul în care indivizii procesează informația primită de la celălalt (ce informație este percepută, cum este integrată în sistemul celorlalte informații, stocată în memorie și utilizată în procesarea informațiilor). Felul în care îi judecăm pe ceilalți depinde de prejudecățile și predispozițiile noastre cognitive.

Tendința indivizilor de a-și construi o identitate socială și de a-și păstra o imagine favorabilă în cadrul comunității din care fac parte îi determină să-i evalueze pozitiv pe membrii propriului grup și negativ pe membrii altor grupuri. În același timp, cu cât identitatea de grup a unui individ este mai puternică, cu atât mai

1. Un exemplu hazliu de etnocentrism apare într-o comedie romantică americană din anul 2002. Tatăl eroinei, grec de origine, are tendința de a exagera superioritatea culturii sale în raport cu cea americană. Următorul dialog este relevant: „– Spune-mi orice cuvânt și îți voi demonstra că are rădăcină grecească!/- Zău, ce zici de cuvântul *kimono*?”.

mult acesta are tendința de a aplica judecăți uniforme în raport cu membrii altor grupuri. Totodată, cu cât identificarea unui individ cu grupul său este mai puternică, cu atât mai clar va percepe diferențele dintre grupul său și grupuri străine.

Comunicarea dintre membrii unor culturi diferite este afectată negativ de emoții negative precum anxietate, dispreț etc. și pozitiv de emoții pozitive precum interes pentru cultura celuilalt, apreciere, toleranță. Totodată, pentru reducerea incertitudinii în comunicarea interculturală, membrii culturilor individualiste se sprijină pe informațiile pe care le extrag din interacțiunea cu indivizi determinați, în timp ce membrii culturilor colectiviste se sprijină pe informații venite de la alți membri ai grupului lor sau ai celuilalt grup.

Cercetările de comunicare interculturală au evidențiat modalități prin care indivizii pot preîntâmpina problemele de comunicare generate de cauzele prezentate aici (pentru o sinteză, vezi Gudykunst, 2003, pp. 111-126). Printre aceste modalități se numără: cunoașterea corectă și aprofundată a valorilor și regulilor specifice altor culturi, evitarea stereotipurilor, evitarea predispozițiilor cognitive prin procesarea efectivă a stimulilor veniți din exterior și formarea unor atribute interne, evitarea identificării foarte puternice cu grupul și integrarea propriei identități unor supragrupuri regionale, de preocupări etc., observarea în primul rând a asemănărilor, nu a deosebirilor față de ceilalți, promovarea unor atitudini și comportamente pozitive față de străini, gestionarea anxietății și a incertitudinii prin dezvoltarea unor strategii personale de reducere a incertitudinii, empatizarea cu interlocutorul, stabilirea unor contacte de durată, profunde cu membrii altor culturi, formarea unor atitudini noncritice.

În concluzie,

comunicarea interculturală este un proces prin care se creează și se mențin granițe culturale sau prin care se fac punți peste granițele dintre diverse grupuri (Yum, 1984, *apud* Gudykunst 2003, p. 264).

Comunicarea interculturală prezintă următoarele trăsături: a) este o formă restrânsă de comunicare, cu un conținut informațional redus, în care indivizii manifestă dorință limitată de interacțiune, gradul de interes interpersonal fiind direct proporțional cu anticiparea unor întâlniri viitoare; b) se caracterizează printr-un grad ridicat de ambiguitate și incertitudine, în măsura în care se solicită interlocutorului informație puțină și sunt activate stereotipurile, predicțiile fiind blocate parțial de dezinteres, parțial de stereotipuri; c) indivizii manifestă încredere scăzută în elaborarea atributelor și anticiparea unor presupuse motivații.

3. Competența de comunicare interculturală

Pentru a putea comunica eficient cu membrii altor culturi, individul are nevoie să-și dezvolte competența de comunicare interculturală.

În linii generale, acest tip de competență reprezintă capacitatea individului de a se adapta stilului comunicativ specific altei culturi, de a gestiona eficient, cu succes, situațiile de comunicare interculturală:

Abilitatea de a funcționa într-o manieră percepută de celălalt ca relativ convergentă cu nevoile, capacitățile, scopurile și așteptările indivizilor care interacționează, în paralel cu satisfacerea nevoilor, motivațiilor, capacităților, scopurilor și așteptărilor personale (Ruben, 1976, p. 336).

Competența de comunicare interculturală se definește pe trei dimensiuni: a) capacitățile și abilitățile interne ale individului; b) rezultatele comunicării; c) atitudinile individuale.

Prima dimensiune vizează capacitățile și abilitățile interne globale ale individului de a facilita procesul de comunicare, de

a participa cu succes la un eveniment comunicativ intercultural, de a gestiona eficient schimburile verbale care au loc în diferite contexte, de a se adapta stresului comunicativ pe care îl presupun diferențele și lipsa de familiaritate cu o cultură, alta decât cea de origine (Kim, 1988). Sunt implicate capacitățile cognitive, afective și operaționale ale individului. *Capacitățile cognitive* privesc complexitatea cognitivă a individului, modul în care acesta operează categorizările sociale (categorizări restrânse sau largi), gradul de rigiditate/flexibilitate cognitivă, capacitatea de relativizare a perspectivei în interpretarea stimulilor externi și interni, orientarea spre cunoaștere, receptivitatea la diferențele culturale. *Capacitățile afective* vizează predispozițiile motivaționale și atitudinale, adaptabilitatea, motivația de adaptare, atitudinea eului față de celălalt, toleranța față de ambiguitate, capacitatea de empatizare, capacitatea de distanțare psihologică, gradul de anxietate în întâlnirile intergrup, gradul de evitare a incertitudinii, etnocentrismul, prejudecățile și stereotipurile, încrederea, prietenia, cooperarea, calmul, auto-controlul de care individul e capabil să dea dovadă în situații de stres. *Capacitățile operaționale* privesc complexitatea și flexibilitatea comportamentală a individului, capacitatea lui de adaptare comunicativă, abilitatea de a elabora mesaje cu grade diferite de complexitate, de a echilibra orientarea spre sine cu orientarea spre interlocutor, de a gestiona adecvat relațiile interpersonale, capacitatea de implicare interacțională, abilitățile de ascultare activă, capacitatea de autodezvăluire, abilitățile descriptive, de exprimare a emoțiilor, de negociere, de afiliere, de reciprocitate în relațiile interpersonale, de concentrare.

Cea de-a doua dimensiune vizează judecăți ale interlocutorilor privind eficiența, acuratețea, adaptarea contextuală a comportamentului comunicativ al unui individ într-o situație particulară de interacțiune. Competența de comunicare intraculturală se măsoară prin gradul în care un individ și-a însușit regulile de comunicare specifice culturii cu care intră în contact.

A treia dimensiune, a atitudinilor, presupune deschidere și interes pentru noutate, dorința de a înțelege nevoile celorlalți,

atenție în observarea diferențelor, acceptarea diferențelor, disponibilitatea de a adopta comportamente comunicative variate, dorință de învățare, reținerea emoțiilor negative față de interlocutori care au comportamente diferite de cele ale propriei persoane, ascultare activă, umor, creativitate, încredere.

Determinarea/judecarea competenței de comunicare interculturală se face în funcție de doi parametri: *eficiența* și *adecvarea*. Comunicarea (interculturală) este eficientă când indivizii reușesc să-și atingă scopurile propuse și este adecvată când indivizii cunosc și respectă constrângerile impuse comportamentelor comunicative de seturi diverse de reguli. Combinarea celor doi parametri conduce la patru stiluri de comunicare interculturală cu rezultate diferite (Spitzberg, 2000, *apud* Gudykunst, 2003, p. 193):

- a) *comunicarea minimală* are trăsăturile [– eficiență, – adecvare] și este de calitate scăzută;
- b) *comunicarea suficientă* are trăsăturile [– eficiență, + adecvare], respectă constrângerile sociocontextuale, dar nu contribuie la atingerea unor scopuri (inter)personale;
- c) *comunicarea maximală* are trăsăturile [+ eficiență, – adecvare]; prin intermediul acestui tip de comunicare individul își atinge scopurile personale, dar neglijează regulile de adecvare sociocontextuală prin agresivitate verbală, machiavelism, înșelătorie, încălcarea drepturilor altora;
- d) *comunicarea optimă* are trăsăturile [+ eficiență, + adecvare]; interlocutorii își ating scopurile personale recurgând la un comportament verbal și nonverbal adecvat situației de comunicare.

O parte importantă a competenței de comunicare interculturală o reprezintă capacitatea individului de negociere a identității sale culturale. Cupach și Imahori (1993, *apud* Gudykunst, 2003) sunt de părere că, deși indivizii au identități sociale diferite, ei se angajează în acest tip de negociere datorită dorinței umane universale de promovare a unei imagini personale favorabile,

acceptată de interlocutor; cum partenerii de interacțiune se cunosc puțin, ei vor avea tendința să se angajeze în procese de negociere a identității pe baze interpersonale, deci măsurabile prin eficiența comunicării și rezultatele obținute. Din negociere rezultă o identitate relațională.

În acest proces, un rol important îl joacă limba. Indivizii își afirmă și își negociază identitatea prin limbă. Folosirea limbii în procesul de negociere a identității culturale este influențată de vitalitatea etnolingvistică (Giles, Bourhis, Taylor, 1977). Vitalitatea etnolingvistică este determinată de: a) aspecte obiective care influențează comportamentul lingvistic al unui grup etnic și asigură supraviețuirea lui: statutul (puterea economică, stima de sine, mândria istorică, recunoașterea și respectul internațional), baza demografică (concentrarea demografică, căsătorii în cadrul grupului, rata scăzută de emigrare, rata crescută a natalității), sprijinul instituțional (reprezentarea limbii în cadrul instituțiilor) și b) percepția subiectivă a vitalității.

Competența de comunicare interculturală se dobândește prin învățare: individul învață să înțeleagă diferențele dintre culturi și să acționeze asupra lor pentru a rezolva eficient problemele zilnice cu care se confruntă oamenii. În procesul de învățare interculturală sunt implicate activități complexe precum: cunoașterea aspectelor teoretice legate de comunicarea interculturală, observarea atentă a asemănărilor și deosebirilor dintre propria cultură și cultura-țintă, înțelegerea și explicarea diferențelor, autoanaliza și reflecția, viața în medii culturale diverse. Clyne (1994, p. 195, *apud* FitzGerald, 2003, p. 172) notează:

Aceia care sunt buni comunicatori interculturali știu să se exprime într-un stil cultural neutru și știu ce întrebări să pună pentru a rezolva potențialele neînțelegeri care ar afecta comunicarea.

Kim (1986, *apud* Gudykunst, 2003, p. 179) este de părere că există o corelație între eterogenitatea relațiilor de comunicare ale individului în cadrul grupului său și competența de comunicare

cu membrii din afara grupului: cu cât relațiile de comunicare ale individului în cadrul grupului sunt mai eterogene, cu atât competența sa de comunicare cu persoane din afara grupului (în particular, competența de comunicare interculturală) este mai mare.

În paralel cu învățarea, o serie de cunoștințe și abilități personale favorizează dezvoltarea competenței de comunicare interculturală: cunoașterea particularității culturii cu care se interacționează, fluența în limba-gazdă, capacitatea vorbitorului de a observa și înțelege diferențele de comunicare, gradul de autocunoaștere și cunoaștere a celuilalt, capacitatea de a face predicții corecte, deschidere și interes pentru noutate, capacitate de automonitorizare, complexitate cognitivă, abilitatea de a rezolva probleme, sensibilitate interculturală, relaxare socială, sentimente pozitive față de cultura celuilalt, capacitate de empatizare, capacitate de decodare a semnelor nonverbale, flexibilitate comportamentală etc. (vezi Gudykunst, 2003, p. 203).

Comunicarea interculturală presupune deci adoptarea unor strategii speciale de interacțiune. Bowe și Fernandez (1996, *apud* FitzGerald, 2003, p. 172) identifică șase strategii comunicative utile în situații de comunicare interculturală:

- a) *Colaborarea interlocutorilor*, astfel încât fiecare să se asigure că mesajul a fost corect transmis și înțeles: vorbitorul va segmenta mesajul în enunțuri scurte, va face pauze pentru a da timp interlocutorului să-i transmită un feedback; interlocutorul va repeta informația pentru a se asigura că a receptat corect mesajul și va folosi întrebări pentru clarificarea porțiunilor problematice din mesaj.
- b) *Crearea unui spirit pozitiv de echipă*: atenuarea actelor de vorbire prin care interlocutorului i se creează obligații sau care i-ar putea afecta imaginea publică (de pildă, directive, plângeri), evitarea confruntărilor directe, solicitarea cooperării exprimând deschis teama de unele neînțelegeri generate de un sistem cultural diferit de valori.

- c) *Atenție la posibile diferențe culturale*: interlocutorii vor avea în vedere posibile diferențe în sistemul cultural de valori și faptul că aceste diferențe pot afecta modul de comunicare.
- d) *Adaptare interacțională*: interlocutorii vor respecta luarea de cuvânt a interlocutorului, neîntrerupând și producând intervenții de dimensiuni aproximativ egale cu ale interlocutorului.
- e) *Vorbire simplă*: indiferent de limba comună folosită în interacțiune, vorbitorii ar trebui să se limiteze la un vocabular restrâns și la structuri gramaticale simple, pentru a evita confuzii și complicații suplimentare, determinate de niveluri diferite de cunoaștere a limbii de interacțiune.
- f) *Evitarea structurilor negramaticale, nenaturale, neconforme limbii de interacțiune*: simplificările exagerate, bazate pe incorectitudine gramaticală și de structurarea mesajului (*Me, Tarzan, you, Jane*), așa-numita „vorbire a străinului” (engl. *foreigner talk*), îngreunează înțelegerea.

Byrne și FitzGerald (1996, *apud* FitzGerald, 2003, p. 173) au făcut distincție între: (a) strategii generale, recomandate în majoritatea situațiilor de comunicare interculturală; și (b) strategii suplimentare, recomandate în situațiile în care interlocutorul nu stăpânește foarte bine limba de interacțiune. Tabelul de mai jos sintetizează strategiile recomandate de cei doi autori.

(a) Strategii generale	
	(b) Strategii suplimentare
Comunicați interlocutorului orice diferență culturală de comunicare despre care aveți impresia că ar putea împiedica desfășurarea eficientă a interacțiunii!	
Dacă apar neînțelegeri, reformulați enunțul, nu îl repetați!	
Clarificați cu interlocutorul intențiile din spatele enunțurilor dumneavoastră, având în vedere că interlocutorul s-ar putea să nu împărtășească aceeași viziune asupra realității sau același mod de a comunica un conținut!	
Să vă așteptați la faptul că interlocutorul ar putea formula ideile altfel decât dumneavoastră!	

Folosiți elemente de umplutură (*ăăăă; adicăăă; vreau să spuunn; așaaa...*) pentru a evita pauzele lungi atunci când nu ați terminat tot ce aveți de spus!

Atenuați enunțurile cu efecte negative asupra interlocutorului!

Nu segmentați unitățile de conținut!

Repetati ideile importante sau dificile, asigurați-vă că mesajul a fost corect înțeles de interlocutor!

Semnalați interlocutorului în mod explicit atunci când urmează o parte importantă sau dificilă a mesajului dumneavoastră (*Fiți atent acum; E foarte important să înțelegeți ce spun în continuare; Și acum ideea centrală a mesajului meu etc.*)!

Formulați enunțuri simple și corecte, fără balast!

4. Identitatea interculturală

Identitatea pe care și-o construiesc indivizii în întâlnirile interculturale (adică dintre membrii unor culturi diferite) se numește *identitate interculturală*. Pus în situația de a comunica frecvent cu membrii altor culturi, individul dobândește o personalitate interculturală care, în linii generale, corespunde evoluției de la etnocentrism la acceptarea și aprecierea altor culturi, a diferențelor dintre ele.

În cazul particular al comunicării interculturale, abilitatea de negociere a identității este parte a competenței de comunicare interculturală. Negocierea identității în întâlnirile interculturale cunoaște trei faze ciclice: a) „încercare și eroare” (engl. *trial and error*), când interlocutorii se studiază reciproc pentru a observa diferențele, dar mai ales asemănările pe care își pot fundamenta comunicarea; b) construirea identității relaționale, când interlocutorii proveniți din culturi diferite ajung la o bază mutual acceptabilă

pentru dezvoltarea relației, deși identitățile culturale ale interactanților sunt divergente; c) renegocierea identităților culturale pe baza identității relaționale emergente (Cupach și Imahori, *apud* Gudykunst, 2003, pp. 175-178).

Ting-Toomey (1999) elaborează o teorie a negocierii identității în 20 de propoziții: (1) cu cât autoidentificările indivizilor sunt mai securizante, cu atât aceștia sunt mai deschiși la interacțiunea cu membrii altor culturi; (2) cu cât indivizii își percep identitatea mai vulnerabilă, cu atât sunt mai reticenți la comunicarea cu membrii altor culturi și trăiesc mai puternic sentimentul anxietății; (3) vulnerabilitatea indivizilor este determinată de nevoia individului de securitate; (4) cu cât indivizii resimt mai puternic sentimentul incluziunii în grup, cu atât apreciază mai mult apartenența la acesta și delimitarea lui de altele; (5) cu cât indivizii resimt mai puternic nevoia de a se delimita de ceilalți membri ai grupului, cu atât mai mult au tendința de a se plasa la distanță de ceilalți membri ai acestuia; (6) abilitatea indivizilor de a-și negocia identitatea depinde de abilitatea individuală de gestionare a raportului dintre securitatea percepută și vulnerabilitatea percepută; (7) abilitatea indivizilor de a-și negocia identitatea depinde de abilitatea individuală de gestionare a raportului dintre nevoia personală de includere în grup și cea de diferențiere de grup; (8) cu cât sunt mai securizante auto-identificările unui individ, cu atât mai mare este coerența identității; (9) cu cât sunt mai securizante autoidentificările unui individ, cu atât mai mare este stima de sine; (10) cu cât stima de sine a individului este mai mare, cu atât mai mare este eficiența lui în gestionarea situațiilor de comunicare interculturală; (11) cu cât stima apartenenței la grup a individului este mai mare, cu atât mai mare este eficiența lui în gestionarea situațiilor de comunicare interculturală; (12) gradul de motivare a individului de a comunica cu străini influențează gradul de inventivitate în căutarea resurselor comunicative; (13)-(14)-(15) cu cât resursele cognitive, afective și comportamentale ale individului sunt mai mari, cu atât negocierea identității este mai eficientă; (16)-(17)-(18) cu

cât resursele comunicative ale individului sunt mai mari, cu atât mai eficienți sunt indivizii în confirmarea identității, în coordonarea cu interactantul, în armonizarea cu acesta; (19)-(20) cu cât resursele individuale de comunicare sunt mai mari, cu atât mai flexibili sunt indivizii în construirea unor scopuri interacționale comune și în dezvoltarea intercomprehensiunii și a unor semnificații identitare comune (prezentare făcută după sinteza din Gudykunst, 2003, pp. 177-178).

Collier și Thomas (1988) elaborează o teorie a negocierii identității interculturale în șase asumptii, cinci axiome și o teoremă. *Asumptii*: (1) prin discurs, indivizii negociază identități multiple; (2) comunicarea interculturală presupune asumarea și acceptarea discursivă a unor identități culturale diferite; (3) competența de comunicare interculturală presupune gestionarea coerentă a semnificației, respectarea regulilor adecvate și obținerea unor rezultate comunicative pozitive; (4) competența de comunicare interculturală presupune negocierea semnificațiilor partajate, a regulilor, a rezultatelor pozitive; (5) competența de comunicare interculturală presupune validarea identităților culturale; (6) identitățile culturale variază în funcție de domeniul identității (engl. *scope*, numărul indivizilor care împărtășesc identitatea respectivă), vizibilitate (engl. *salience*, importanța pe care identitatea o are în cadrul unui proces de comunicare dat), intensitate (engl. *intensity*, puterea cu care identitatea este comunicată celorlalți participanți la interacțiune) (pentru o imagine sintetică asupra identității și negocierii identității, vezi Gudykunst, 2003). Cele cinci *axiome* fundamentate pe aceste șase asumptii sunt: (a) cu cât diferența dintre norme și semnificații este mai mare, cu atât gradul de interculturalitate implicat în comunicare este mai mare; (b) cu cât competența de comunicare interculturală a indivizilor este mai mare, cu atât capacitatea de gestionare a relației de comunicare este mai mare; (c) cu cât diferența dintre identitățile culturale este mai mare, cu atât gradul de interculturalitate al contactului este mai mare; (d) cu cât există o potrivire mai mare între particularitățile identității culturale atribuite de vorbitor

interlocutorului și particularitățile asumate de interlocutorul însuși, cu atât gradul de competență interculturală este mai mare; (e) referințele lingvistice la identitatea culturală prezintă variație sistematică și convergentă cu factorii sociocontextuali, precum participării la interacțiune, episodul interacțional, temă etc. *Teorema* sintetizează: cu cât identitățile culturale sunt asumate într-o mai mare măsură, cu atât mai importante devin în raport cu alte tipuri de identitate (pentru o sinteză, vezi Gudykunst, 2003, p. 178).

Exerciții. Aplicații

1. Dacă ați avut ocazia să călătoriți în străinătate, povestiți felul în care ați interiorizat șocul cultural, întâlnirea cu o cultură care nu vă era familiară. Ce reacții ați avut? Ce ați simțit? Ce ați gândit? Ați reușit să vă adaptați? În ce mod?
2. Ce credeți despre dumneavoastră? Aveți competență de comunicare interculturală? Argumentați punctul de vedere pornind de la datele prezentate în acest capitol.
3. Identificați și explicați neînțelegerile apărute în următoarea situație de comunicare interculturală:

CHIUVETA

Discuție la Primărie. A: reclamant (m., bătrân, englez). B: funcționar la primărie (f., tânără, de origine asiatică, vorbește fluent engleza).

A: l-am căutat pe instalator pe șantier

B (*privește în jos, apoi privește spre A*): daaa

A: în afara orașului... acum am venit la dumneavoastră

B (*se apleacă spre A*)

A: am luat număr de audiență... aveți pe listă. 76.

B: da

A: pentru... pentru reparația la chiuvetă, da?

B (*dă ușor din cap fără a spune nimic*)

A (*în mod evident, A așteaptă ceva în plus*): ... și ăăăă... am mai fost la dumneavoastră acum câteva săptămâni (*se ridică în vârful picioarelor și arată cu capul spre un alt funcționar de la un ghișeu alăturat*) domnu' mi-a spus că o să trimită un instalator

B: am să verific, da? (*se ridică și pleacă de la ghișeu fără a aștepta vreun răspuns de la bătrân*)

A (*cu gura căscată, urmărește cu privirea pe B, apoi își rotește privirea în jur până îi cad ochii pe un alt funcționar, la care se uită*) hm, a naibii treabă (*continuă să privească în jur, căutând pe cineva să îi dea un răspuns, apoi continuă pe ton ridicat, ca și cum nu s-ar fi întrerupt*) au venit și s-au uitat și nu au făcut nimic

B (*se uită în jos căutând ceva într-un registru, fără a se uita la A*)

A: și ne-au lăsat cu chiuveta aia găurită (*se apleacă spre B, își sprijină bărbia în palme*) n-au lipit-o (*se îndreaptă*) au lăsat-o așa (*arată cu degetul spre B*) și i-am anunțat din ianuarie că e găurită, din prima săptămână a lui ianuarie (*vădit iritat*) e inadmisibil (*dă din cap enervat*)

B (*se uită prin bărtii, apoi pe monitorul computerului*)

A: te-ai mai uitat o dată pe computer când am venit

B (*se mai uită o dată prin bărtii, se ridică de la birou și pleacă, se întoarce, se așază*)

A (*privește uluit în jur*)

B: stați la numărul 66, da? (*cu ochii în foaie*)

A: a fost inspectorul acum câteva luni și a văzut (*uitându-se fix la B*)

B: da, procesul-verbal e aici

A: da

B (*se îndreaptă spre A, se uită la A*): trimit instalatorul săptămâna asta să o repare (*lasă capul în jos*)
 A (*parcă așteptând ceva, neîncredător*): daaa?
 B (*se uită în hârtii și scrie*)
 A: îi spunei dumneavoastră unde să vină, da?
 B (*scotocește printre hârtii, scrie ceva*)
 A (*ridică o mână, murmură ceva*)
 B (*se ridică de la birou, dă un telefon, se așază*): totul e în ordine
 A (*ridică brusc capul, deschide gura, uimit de acest răspuns, se ridică, iese fără a spune o vorbă*)

4. Caracterizați interacțiunea verbală prezentată mai jos:

TURC ȘI CERȘETOR

Dialog între un turc (T), care vorbește fluent germana, și un cerșetor german (G).

T: ziua bună
 G: ziua bună
 T: scuză-mă că te întreb, nu ai niciun sprijin financiar de la Consiliul local?
 G: nu, am... sunt sub nivelul de subzistență, am 405 euro pensie, plus compensație pentru accident, mi s-a aprobat, dar încă nu am primit-o
 T: nu iei nimic de la asigurări sociale?
 G: nu, nu
 T: păcat du-te și încearcă să obții ceva
 G: da, îmi...
 T: pe frigul acesta ești așa subțire îmbrăcat...
 G: îmi dau un ajutor de 84 de euro, asta e tot
 T: 84 de euro?
 G: da

T: pe lună sau cum?
 G: da, pe lună.
 T (*mirat*): doar 84 de euro pe lună?
 G: ajutor pentru întreținere, știi
 T: hm...
 G: Atâta am pensia, 405 euro pe lună, cu asta trebuie să trăiesc
 T: hm. Săracul de tine, ți-e greu, nu?
 G: greu de tot, poate de la întâi să fie altfel
 T: porcărie curată, ar trebui făcut ceva pentru cei nedreptățiți ca tine
 G: da, asta e...
 T: după atâția ani de muncă stai acum în frig și cerșești la colț de stradă
 G: așa e
 T: asta nu e bine
 G: nu nu e bine. tu... turc?
 T: mmm, da
 G: mi-am dat seama
 T: ai nevoie de ajutor
 G: nu e nevoie să mă ajuți
 T: da, bine, vreau să zic... dacă
 G (*foarte repede*): da-da-da așa e
 T: poftim?
 G: ai dreptate.
 T (*ton scăzut*): în fond, de aia...
 G: da, așa e
 T: uite și de la mine ceva (*îi dă câteva monede*)
 G: mulțumesc
 T: la revedere
 G: la revedere

5. Analizați interacțiunea verbală din următorul interviu de angajare, care a avut loc între un angajator occidental și un aplicant dintr-o cultură orientală.

INTERVIU DE ANGAJARE

I: deci de ce vrei să lucrezi pe vehicule mai mari? Ce v-a determinat să...?

A: lucrez pe mașini mici de mai mulți ani, învățându-i pe alții să conducă... de fapt, mie îmi place să conduc... mai ales autobuze... sunt vehicule mari... de mult mă gândesc să îmi găsesc o slujbă de acest fel, dar nu am avut până acum curajul să aplic pentru o astfel de slujbă... acum mi-am luat inima în dinți

I: deci, de fapt, îți place foarte mult să conduci

A: exact

I: de vreme ce ai fost atâția ani instructor... e o muncă grea

A: da, dar mi-a plăcut

I: deci vrei să conduci autovehicule mai mari...

6. Secvențele marcate în textele următoare sunt semnale de recepție (*back-channels*), adică secvențe prin care interlocutorul îi semnalează vorbitorului curent că îl ascultă cu atenție, că este interesat de ceea ce spune, că înțelege mesajul; dând aceste semnale, interlocutorul nu-l întrerupe pe vorbitorul curent, ci îl lasă/încurajează să continue. Explicați neînțelegerea apărută în comunicare din cauza diferențelor culturale privind modul de a oferi semnale de recepție (*back-channels*).

ASCULTAREA ACTIVĂ

Pat (american): bine, [îhâm], bine Tanaka-san

Tanaka (japonez): [**bai = da**]

Pat: nu uita [după ce] cheltui [bani], facem un [test]

Tanaka: [**bai**] [**bai bai**] [**bai**]

Pat: și un afiș în metrou e mai [eficient] decât o reclamă în [*Cosmopolitan*] sau în orice alt [ziar]

Tanaka: [**bai bai**] [**okay**] [**bai**]

Pat: nu cred că oamenii se plictisesc de afișe nu-mi pasă nu vreau să-i las [să se plictisească] de ele

Tanaka: [**bai**]

Pat: să le vadă. Dar... trebuie să acoperim principalele stații de metrou, poate punem mai multe în Osaka, nu știu, tu, tu hotărăști unde le pui, cheltuiește bani cât de mulți

Tanaka (**fricativă aspirată, semn al dezaprobării**)

Osaka: jenny vine astă-seară

Tanaka: **okay**

Pat: noi vom fi aici în fiecare zi să te ajutăm la nevoie

Tanaka: mulțumesc.

Pat: **okay**

7. Dialogurile care urmează (traduse și adaptate după <http://oregonstate.edu/instruct/comm440-540/culture.htm>) reflectă, fiecare, diferențe de comunicare corelate cu câte o dimensiune de variație culturală. Explicați felul în care se corelează această dimensiune cu stilul cultural de comunicare, realizând o comparație între interlocutori.

a) Distanța față de putere

Domnul Walker: Domnule Singh, mă întrebam dacă au sosit cărțile pe care le-am cerut...

Domnul Singh: Da, da. Cărțile au ajuns în depozit.

Domnul Walker: A, bun, poate reușesc să trec să le iau în drum spre casă.

Domnul Singh: A, nu este nevoie. Trimit pe cineva să vi le aducă.

Domnul Walker: Sunteți foarte amabil, dar nu e nevoie. Mă duc să văd, poate e nevoie de mine.

Domnul Singh: Nu, nu. Așteptați aici, domnule Walker. Și bem un ceai împreună.

b) Individualism/colectivism

Domnul Anderson: În timpul examenului, Hassan s-a uitat în lucrarea ta.

Abdulah: Da?

Domnul Anderson: Da, și a copiat de la tine răspunsul la câteva întrebări.

Abdulah: Probabil nu a știut răspunsul.

Domnul Anderson: Sunt convins că nu l-a știut.

Abdulah: Atunci a avut noroc că a stat lângă mine.

c) Masculinitate/feminitate

Domnul Thomas: Ei, după câte am înțeles, compania dumneavoastră este cea mai bună firmă de arhitectură din Tokyo.

Domnul Ohmae: Vă mulțumesc pentru invitația de a fi aici.

Domnul Thomas: Dimpotrivă, plăcerea este de partea noastră. Deci, scrie aici că aveți o afacere profitabilă de peste 30 de ani.

Domnul Ohmae: Am înregistrat câteva mici succese, da. Ați vorbit cu domnul Mizawa?

Domnul Thomas: Da, am vorbit. Mi-a spus că multe dintre clădirile proiectate de voi au câștigat premii importante.

Domnul Ohmae: Câteva dintre ele probabil că da.

Domnul Thomas: Și aveți o experiență bogată în domeniul blocurilor destinate birourilor.

Domnul Ohmae: Am proiectat câteva.

Domnul Thomas: Vă angajați la un proiect de dimensiunile acestuia?

Domnul Ohmae: Vom încerca să facem tot ce putem mai bine.

Domnul Thomas: Tot ce puteți? Aici scrie că ați proiectat blocuri de două ori cât ăsta!

Domnul Ohmae: Posibil...

Domnul Thomas: Ezitați să luați acest proiect?

Domnul Ohmae: Să ezităm? Mă scuzați, nu.

d) Evitarea incertitudinii

Domnul Johnson: Ce părere ai de noul plan?

Domnul Trudeau: Pare OK, dar încă îl mai studiez.

Domnul Johnson: Tot îl mai studiezi și după trei săptămâni?

Domnul Trudeau: Mai sunt câteva aspecte care mi se pare că pun probleme.

Domnul Johnson: A, știu asta. Important este să ne apucăm de treabă și o să remediem pe parcurs micile probleme care s-ar mai putea să apară.

Domnul Trudeau: Da?

8. Realizați un eseu cu titlul „Rolul limbii în situațiile de comunicare interculturală”.
9. Povestiți o situație în care ați resimțit șocul cultural. Prezentați gândurile și sentimentele pe care le-ați trăit.
10. Încercați să explicați modul în care diverși factori influențează adaptarea individului la un mediu cultural nou.

V. CULTURA ROMÂNĂ. REPERE

În termenii teoriei parametrilor de variație culturală (Hofstede, 1984, 1997a; vezi capitolul II, 5.3) profilul culturii române este următorul: cultură preponderent colectivită, cultivând o distanță mare față de putere, preponderent feminină, cu nivel ridicat de evitare a incertitudinii și orientare pe termen scurt (potrivit unui studiu sociometric întocmit de Gallup International și Interact, 18 aprilie 2005, publicat parțial pe internet la adresa <http://customer.kinecto.ro/2005/Interact/martie2005/editorial.htm>). Tabelul următor sintetizează valorile estimate pentru cultura română la cele patru dimensiuni de variație culturală (vezi Hofstede, http://www.geert-hofstede.com/hofstede_dimensions.php): individualism (I), distanța față de putere (DP), masculinitate (M), evitarea incertitudinii (EI), orientare pe termen scurt (OTS)¹.

Indice	I	DP	M	EI	OTS
Valoare estimată pentru cultura română	30	90	42	90	?

Poziția culturii române apare cu claritate din comparația cu diverse culturi (i) cu care a avut contacte economice – politice – lingvistice importante, directe și de lungă durată, în istoria sa (culturile turcă, greacă, maghiară, germană); (ii) culturi europene spre care s-a orientat în perioada sa de modernizare (culturile franceză, italiană); (iii) culturi cu care împărtășește trăsăturile roma-

1. Nu există măsurători legate de orientarea pe termen scurt a culturii române.

nității periferice în limbă (cultura ibero-romanică; limba română prezintă puternice asemănări cu limba portugheză); (iv) culturile țărilor slave vecine, cu care a avut relații constante în istorie, chiar dacă variabile de la o etapă la alta (culturile rusă, bulgară¹); (v) pentru etapa actuală, este interesantă o comparație cu cultura americană, având în vedere importarea modelului american de management în companiile românești, precum și influența puternică a limbii engleze asupra limbii române începând cu 1990.

Următoarele grafice comparative s-au realizat pe baza celor publicate pe site-ul profesorului Geert Hofstede², <http://www.geert-hofstede.com>:

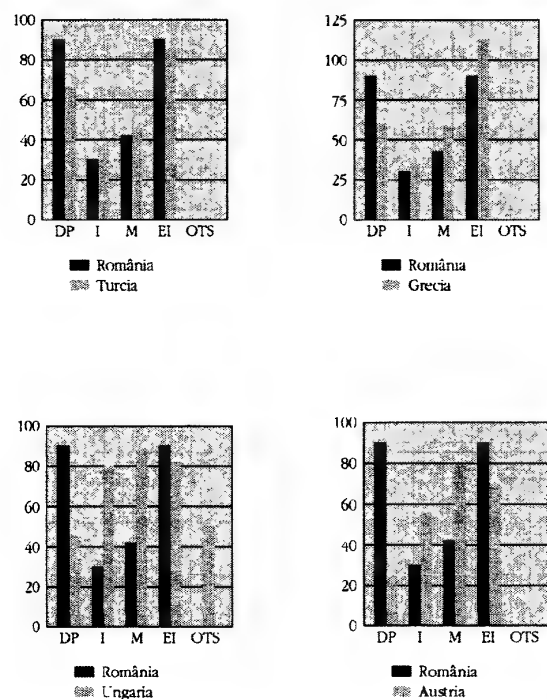


Fig. 1 – Cultura română în comparație cu diverse culturi

1. Nu sunt grafice comparative cu Serbia.
2. Nu există comparația pentru factorul „orientare în timp”.

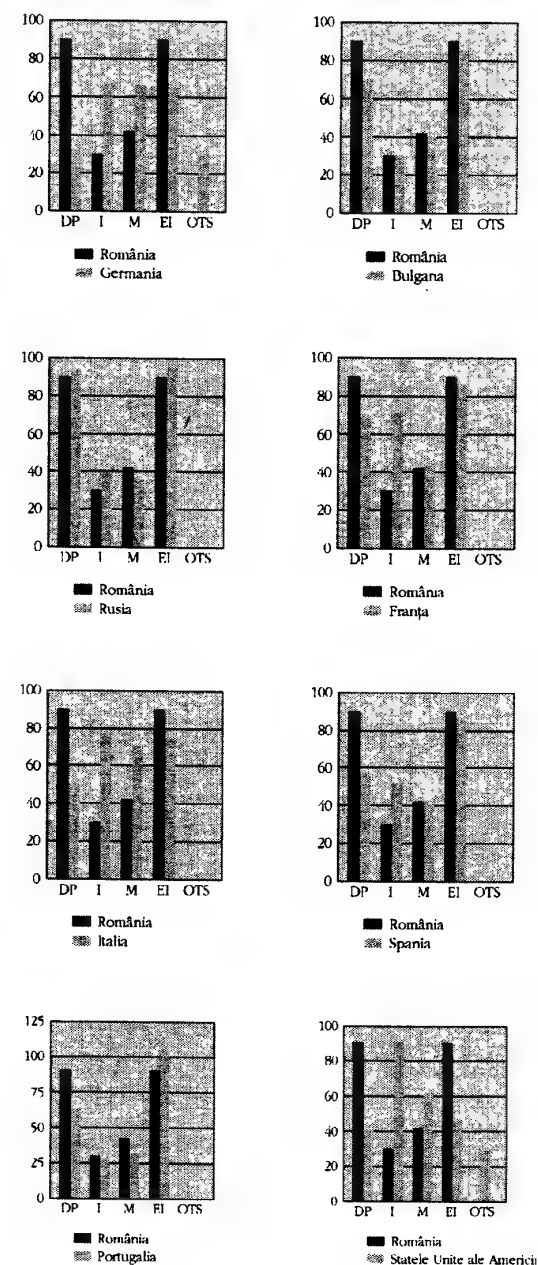
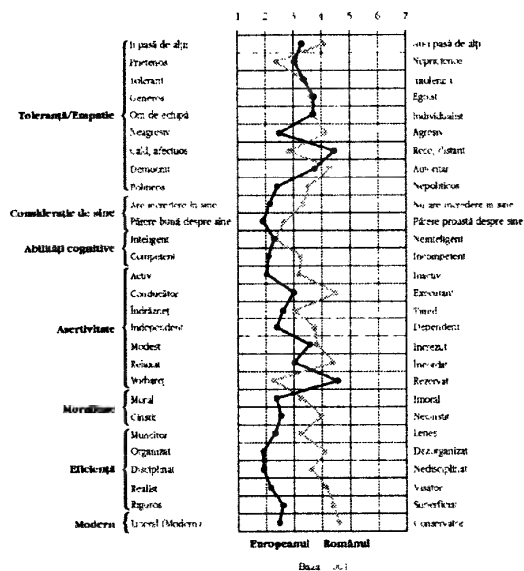


Fig. 1 – Cultura română în comparație cu diverse culturi (continuare)

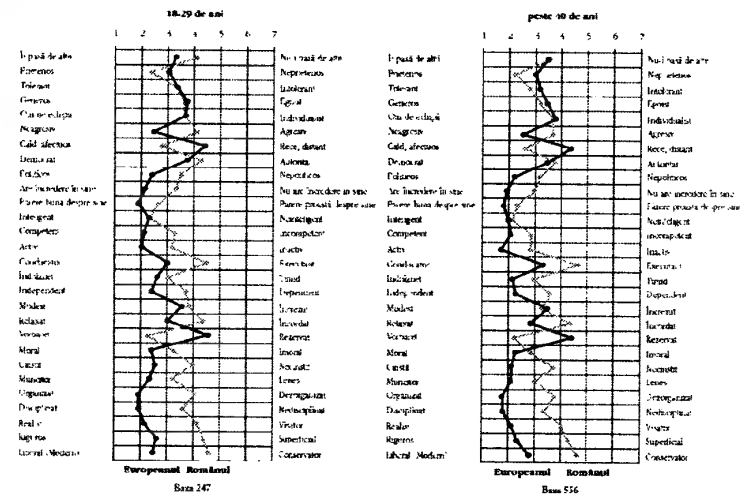
Dintr-un studiu de piață efectuat de IRSOP în 2005, dedicat fixării valorilor românești în context european, reies următoarele valori, reproduse în imaginile de mai jos:



Pe baza întrebării „Vă rog să vă gândiți la cetățeanul EUROPEAN ȘI ROMÂN tipic și să indicați cu aceste perechi de cuvinte cum credeți dvs. că este cetățeanul EUROPEAN ȘI ROMÂN tipic. Pentru fiecare pereche de cuvinte aveți trei variante: a) dreapta, b) în mijloc, c) stânga sau a) la dreapta sau a) mai la dreapta sau a) la stânga sau a) la mijloc”. În funcție de diferența dintre cele două linii, se poate determina dacă un român este mai european sau mai român.

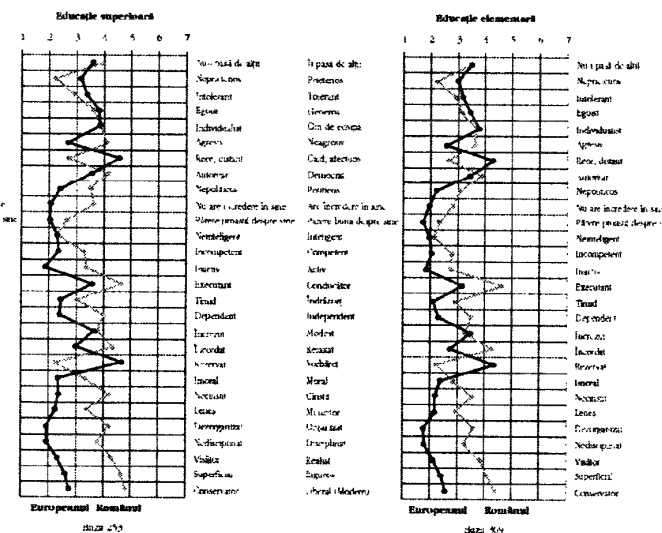
Fig. 2 – Profilul de personalitate al europeanului și al românului

(Sursa: pe baza studiului *Valorile și credințele românești și europene: la fel sau nu?*, IRSOP Market Research and Consulting LTD., 2005)



Interpretare

Valoarea de start foarte accentuată pe grup, de obicei, se poate asocia cu valoarea de start foarte accentuată pe grup. Aceasta înseamnă că grupul este foarte unitar și că valorile sunt foarte apropiate de valoarea de start.



Interpretare

Diferențele dintre personalitatea europeană și cea a românului sunt foarte mari în toate dimensiunile, mai ales în dimensiunile 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Fig. 2 – Profilul de personalitate al europeanului și al românului (continuare)

(Sursa: pe baza studiului *Valorile și credințele românești și europene: la fel sau nu?*, IRSOP Market Research and Consulting LTD., 2005)

Românii au o orientare european-națională: 44% dintre români sunt în egală măsură mândri de a fi români și europeni, 9% dintre români se mândresc mai ales cu faptul că sunt europeni și într-o mai mică măsură cu faptul că sunt români (Eurobarometru, 64.2, www.europa.eu.int).

1. Valorile culturii române

Pe baza unor lucrări de referință privind specificul național, a unor comparații implicite cu alte culturi, a unor argumente de tip comportamental și material, voi prezenta în acest capitol ceea ce cred a fi valorile specifice culturii române. Luând ca voci de autoritate sociologi, psihologi, esteticieni, folcloriști de marcă ai culturii române, îmi voi limita rolul la a face sinteza personală a unor puncte de vedere ce se dovedesc extrem de moderne și de actuale.

1.1. *Eclectismul*

Un element structural fundamental al spiritului românesc este *eclectismul*, având o justificare geografică și istorică.

Geografic și istoric, cultura română se situează la întâlnirea dintre două mari culturi antitetice: cultura Orientului și cultura Occidentului. Este o „cultură-punte” (Stăniloae, 2001, p. 25). S-a format prin colonizarea romană (106-271) a Daciei locuite de o populație de origine geto-tracă, urmată, între secolele al IV-lea și al XVIII-lea, de evenimente istorice care au pus în contact, de scurtă sau de lungă durată, populația locală cu populații de origini dintre cele mai diverse: pecenegii, cumanii, gepizii, slavii, goții, hunii, bulgarii, avarii (în timpul marilor migrații); slavii de

sud (limba slavă fiind limbă de cult până în secolul al XVII-lea); maghiarii, sașii și șvabii (în Transilvania și Banat); turcii și grecii (în Țara Românească și Moldova); ucrainenii (în Moldova). Începând cu secolul al XIV-lea, pe acest teritoriu s-au stabilit romii, iar din secolul al XVI-lea, evreii (atestați pe la 1600, veniți aici, masiv, după ce au fost alungați din Galiția). Din a doua jumătate a secolului al XVIII-lea a avut loc un proces de orientare a culturii române spre Occident și de relatinizare a limbii, sub influența limbii franceze și italiene: tinerii proveniți din rândul elitelor se duceau să studieze la Paris, Viena și Berlin, aplicând la întoarcerea în țară modelul cultural occidental în reformarea instituțiilor, a comportamentelor sociale, în politică, literatură și artă. D. Drăghicescu (1907/1995), în prima carte de psihologie socială scrisă la noi, prezintă metaforic devenirea poporului român: „zămislit de căsnicia daco-romană”, rămas „orfan la naștere”, părăsit în calea barbarilor, „cules de slavi și bulgari”, preluat de unguri, „va ucenici” ca adolescent la turci, apoi la greci, de care se scutură în pragul majoratului și își găsește „ceva rude de neam bun” în Apusul Europei; în fine, este major, apucând pe calea sa. La începutul celui de-al Doilea Război Mondial, cultura română era integrată în curente de idei ale Europei. Regimul comunist instaurat la 30 decembrie 1947 a impus inițial un model ideologic și cultural de inspirație sovietică; cu toate acestea, relativa liberalizare a regimului începând cu anii '60 a refăcut parțial legăturile cu lumea occidentală. După 1989, reîntoarcerea la un sistem democratic a fost marcată de reformarea instituțiilor și a legislației după model european, în paralel cu adoptarea unui stil managerial și a unor elemente de viață caracteristice societății americane, favorizând pătrunderea masivă în limbă a anglicismelor.

Toate popoarele moderne sunt produsul unui amestec de rase. La noi însă, multiplicitatea raselor și influențelor care au plămădit poporul de astăzi a fost mai mare ca oriunde. S-a zis că aici a fost coridorul de circulație a popoarelor între Orient și Occident. [...]

Dintr-o așa enormă variație de influențe și contribuții reiese, desigur, o anumită neutralizare de caractere. Nu s-a format încă un nucleu central, o tonalitate preponderentă. Cel ce va voi să facă psihologia poporului nostru va trebui să se lovească numaidecât de acest haos de elemente străine, incomplet digerat încă (Ralea, 1924/1997, p. 68).

S-a remarcat însă rapiditatea cu care românul adoptă elemente străine, dar și viteza cu care renunță la ele, când nu îi mai sunt folositoare.

Spiritul de sinteză complexă al neamului nostru nu se explică numai prin persistența lui din vremuri imemorabile în spațiul de mijloc între Occident și Orient, ci și din îmbinarea în el a caracterului latin și a creștinismului ortodox. De altfel, caracterul nostru latin nu este străin de vechimea ființei noastre de traci, care nu s-au mutat niciodată din acest spațiu de mijloc între Occident și Orient, dar nici de îmbinarea în el a caracterului latin și a creștinismului ortodox (Stăniloae, 2001, coperta IV).

În mentalități și comportamente, eclecticismul cunoaște diverse forme de manifestare: mimetismul; toleranța pentru diversitate; coexistența contrariilor; gustul pentru pitoresc.

1.1.1. Mimetismul

A fost remarcată tendința românilor de a privi atent la alte culturi și de a adopta ceea ce pare a fi o soluție practică sau, cum ar spune Călinescu (1941/1982, p. 974), „[românul] privește tăcut și cu interes progresele altora, împrumutând tot ce simte că îi e realmente util”.

În mentalul colectiv românesc, străinătatea consacră modelul. Cultura română s-a dezvoltat mai ales prin „îmîtație” (Eugen Lovinescu), prin preluarea unor elemente din culturi diferite:

N-am avut timp să construim noutăți, dar am avut meritul de a pricepe și asimila imediat ce au făcut bun alții (Ralea, 1924/1997, p. 76).

Pornită din complexul unei culturi mici, dar și din curiozitate și deschidere față de progres, dorința de sincronizare a fost adeseori „formă fără fond” (Titu Maiorescu) sau exagerare:

De multe ori Bucureștiul întrece Parisul. Dacă se poartă pantalonii largi acolo, la noi devin enorm de largi. Orice modă devine „șarjată” aici. Curente de idei care își au rostul lor acolo, deși gratuite, la noi devin și mai febrile (Ralea, 1924/1997, p. 84).

Credințele populare, superstițiile, proverbele sunt adeseori tot o formă de mimetism. Decât să creeze expresii noi ale gândului și afectivității, românii preferă șablonul, structura preexistentă cu eficiență verificată.

1.1.2. Toleranța pentru diversitate

De-a lungul istoriei sale, cultura română a adoptat, silită sau din nevoi proprii, elemente diverse, pe care le-a înglobat conjunctural, adică non-critic, non-selectiv. Astfel se explică existența în același spațiu fizic și mental a unor forme de manifestare materială și spirituală care se impun atenției prin diversitate. De pildă, G. Călinescu (1941/1982, pp. 974-976, *passim*) ilustra această diversitate prin tipurile umane reprezentate de autorii români:

Examinând pe Eminescu, Sadoveanu, Hogaș, am văzut că izbitoare la ei este regresivitatea spre civilizația de mod arhaic, pasivitatea față de natură [...]. Creangă, Anton Pann [...] întăresc aceste caractere ale vechimii. Și ei sunt „muți”, cum s-a observat a fi Sadoveanu, în sensul că n-au o expresie subiectivă a experienței lor. Comunicarea cu lumea se face în proverbe ce condensează o înțelepciune stereotipă, atât de controlată prin vechimea rasei, încât contribuția individuală este neglijabilă. Creangă arată contemporaneitatea civilizației noastre cu cele mai vechi civilizații din lume, vârsta noastră asiatică. [...] Goga exprimă în cel mai artistic fel jalea rasei în fața tragicului național fatal, întrucât ne aflăm la răspântia drumurilor de imigrație,

jale cu grijă învăluită în simboluri impenetrabile. Din cauza marelui concurs de grupuri alogene, poporul nostru a căpătat o silă de străin și de venetic, pe care nu și-o acoperă. El are o vie aspirație eugenică de puritate a rasei. Opera lui Eminescu, lui Goga exprimă această stare de spirit. [...] Țăranul de la Dunăre e mai idilic și epicurean, aplecat spre grațios și diminutival. „Jalea” ardeleană a lui Goga nu se va găsi la Dunăre și nici ritualul milenar din poezia lui Coșbuc. Aici la Siret, ori pe Dâmbovița, oamenii sunt mai hârșiți cu imigranții și se lasă cucerii de soare și ierburile câmpului. Podgoriile îi fac dioniziaci. Uberitatea dealului dă spirit panteistic și Blaga aparține acestei zone secundare care excită palmele mâinii cu linia mieilor și tălpile picioarelor cu iarbă udă. Cât despre Caragiale, el e de la marginea de jos a rasei noastre, el e un balcanic traco-elin. El aduce sensibilitatea excesivă, iubirea de aglomerare citadină, spiritul critic exagerat, zeflemist, preocuparea de politică, apetitia spre o culturalitate maximă, cunoașterea de oameni, mimica repede, teatralitatea, oratoria. Macedonski [...] e grandoman în sensul sublim (notă comună raselor migrante), neliniștit, eroic. Indivizii din ramura lui aduc prudenței noastre mirajul, fabulosul, construcția unei lumi artificiale, instinctul de lux necesar oricărei mari culturi, compensând mișcarea de regresie a carpatinilor. Macedonski visează comori, veșminte fastuoase, palate mirifice, tronuri, nestemate, existența superbă. Eliade și Macedonski, amândoi utopici violenți, mistici constructori de lumi neterestre. Evreii, informați, colportori de lucrurile cele mai noi, anticlassiciști, moderniști, agitați de probleme. Ei compensează inserția tradiției și o fac să se revizuiască. [...] Aceste însușiri sunt legate de tipicele iritante cusururi: dezinteres total pentru creația ca scop, „trăirismul” exagerat, negarea criticii [...], umanitarismul [...].

D. Drăghicescu (1907/1995, p. 383) asocia diversitatea non-critică inconsecvenței: „Aproape toate fructele mintalității românești poartă pecetea inegalității, a incoerenței, a lipsei de unitate și metodă”. Dumitru Stăniloae (2001, p. 59) admira diversitatea regională a cântecului popular românesc și a interpretărilor personale.

1.1.3. Coexistența contrariilor

Ca manifestare extremă a eclecticismului se remarcă prezența în același spațiu de gândire și acțiune a unor elemente contradictorii, opuse, antitetice. Ralea (1924/1997, p. 69) remarcă dualismul dintre realitatea românească și faptele de cultură străină „pe care o înmagazinăm și care ne indică cu totul alte criterii de judecată și valorificare decât cele care se obișnuiesc aici”. Elemente din istoria noastră atestă această bipolaritate:

La noi, prin lipsa burgheziei care să facă legătura, noblețea și țărănimea au trăit, una în fața celeilalte, secole de-a rândul ca două popoare deosebite și vrăjmașe. E greu de constatat vreo legătură între boierul latifundiar, rafinat în cultura grecească ori occidentală, adeseori absenteist, și țăranul iobag, rămas prin obiceiurile și credințele sale încă la epoca vechilor traci. Astfel, în loc de un singur suflet național, pregătit prin aceeași cultură și aceeași viață politică și socială, avem două suflete juxtapuse, dar străine (*Ibidem*, p. 71).

Și astăzi diferențele dintre sat și oraș sunt accentuate, însă valorile satului patriarhal și cele ale orașului modern nu se exclud; luxul extrem și sărăcia coexistă în spații apropiate, fără a interfera (un studiu recent a relevat că în același bloc, cu camere mici și înghesuite, construite în timpul comunismului, trăiesc oameni extrem de săraci, alături de alții care au făcut reamenajări costisitoare, cu produse „de firmă”); companiile românești au adoptat modelul managerial american, astfel încât valorile unei societăți individualiste, relativ masculine, care acceptă incertitudinea, au fost implementate într-o societate colectivă, preponderent feminină, care evită incertitudinea și în care distanța față de putere este relativ mare. Soluția adoptată de cultura română contrazice principiul asemănărilor dintre culturi, dar este coerentă cu acomodarea antitezelor în interiorul sistemului. Observând destinele paralele care au cizelat istoria colectivității, Mihai Ralea (1924/1997, p. 70) considera că

sufletul nostru etnic e greu de indicat din cauza diferențelor sociale prea mari din trecutul nostru, diferențe care au creat cel puțin două suflete în loc de unul.

Alături de acest dualism social, Ralea (1924/1997, p. 76) remarcă același principiu al opoziției și în atitudini:

Există în caracterul nostru excese de lene, de plictiseală, de îndurare, de răbdare excesivă, care ne împiedică de a fi occidentali. Pe de altă parte, găsim în noi inițiative, o anumită hărnicie în a pricepe ce e bun în altă parte și a ni-l apropia, o vioiciune în a pricepe imediat mecanismul unei noutăți, o agerime în a nu fi dezorientați și nici intimidăți în fața neprevăzutului, care ne îndepărtează cu mult de apatia indolentă a Orientului.

În mod analog, Blaga (1936/1985, pp. 288-289) observă în arta românească

o sinteză de tendinți opuse, o polaritate de un ultim rafinament, soluționată cu mijloace primare și necăutate, pe temeiul unei uimitoare intuiții despre sensul artei. Această echilibristică între tendinți opuse, între geometrism stihial și organicism, această armonie sub auspiciile echivocului l-a ferit pe țăranul român de desăvârșirea mortificantă.

Sau:

Farmecul cu totul particular al acestor icoane se datorește unor interferențe de tendințe polare: năzuința stihială, hieratică nu e rece dusă până la capăt, ci e atenuată prin contraponderea tehnicii organice. [...] Interesant și demn de relevat e că țăranul se va feri totuși să tragă o linie dreaptă cu rigla; aceasta atât în arta textilă sau în ornamentica smalțurilor, cât și în arhitectură. Utilizarea riglei, reale sau fictive, nu este pentru țăranul nostru un temei pentru înălțarea frumuseții. [...] Linia va prezenta totdeauna anume perceptibile iregularități; de aici aspectul însuflețit al acestui geometrism. În ornamentică românul iubește linia dreaptă, dar el îi imprimă o pulsație; tot așa românul iubește stihialul, dar acestuia el îi dă un aspect sub care palpită viața. Pe acest plan de semnificații

„stângăcia” încetează de a mai fi stângăcie, fiind ridicată la rang de noimă (*Ibidem*, p. 288).

Credința creștină a majorității locuitorilor se ghidează tot după un principiu binar: fapta bună și păcatul, omul bun și omul rău, raiul și iadul, piaza bună și piaza rea, diavolul și spiridușul, ceasul rău și sfânta cruce. În basmul românesc binele înfruntă răul, Făt-Frumos se bate cu Zmeul, Ileana Cosânzeana e salvată din ghearele Mumei Pădurii, oamenii trăiesc pe acest tărâm, arătările pe tărâmul celălalt.

1.1.4. Pitorescul

Trăsătură comună culturilor din Balcani și din Orientul Apropiat, cultivarea detaliului, a podoabei, a arabescului, a culorilor și formelor pestrițe, excesive și violente a fost numită în cultura română „duhul pitorescului” (Lucian Blaga).

Există o orientare spre pitoresc, care echivalează cu o determinantă stilistică, inconștientă, organică, constitutivă. Această orientare poate să invadeze în sens creator toate domeniile de manifestare ale vieții spirituale și culturale. Determinantă, poate fi și un puternic organ de asimilare a unor influențe străine. Ea figurează ca atare de pildă în matricea stilistică a poporului românesc (Blaga, 1936/1985, p. 275).

Într-o remarcabilă pagină de literatură, Blaga descrie imaginea românilor ca o defilare de păpuși etnografice însuflețite:

Parcă ar ieși dintr-o biserică acest mic popor, atât e de vioi și de sărbătorec. A pornit ceata spre iarmaroc sau se împrăștie numai după un joc zgomotos și fierbinte, într-o duminică mare de sat? Iată o țărăncuță din Gorj, cu zigzaguri galbene, cu iia de culoarea zăpezii; aceea cu catrință neagră și cu broboadă bogată coboară de la Hațeg. Grănicerul din Banat e aci, cu pălăria țuguiață, cu cămașa simplu împodobită cu ornamente pătrate. Nu lipsește nici primarul

de la Chizătău cu pieptarul cu borduri negre de fină ornamentație, închipuită din linii ce par urme de pasăre în zăpadă. Ciobănașul cu ținută cafenie vine din Muscel, iar cel cu ținută mai scurtă din Prahova. Alături e țărânul monumental, în costum de o mare linie clasică, din Dolj, și gorjanul cu pieptar de podoabă neastâmpărată și cu cămașa lungă și înfioată. Îndreaptă-ți ochii la costumul de uimitoare efecte, obținute prin simplitate, al hațeganului, sau spre bucovineanca ceea baroc încărcată de coloare, de bani, de flori. Dobrogeanul te atrage mai puțin, fiindcă ține să illustreze influențe tătărăști destul de sumbre. Din cealaltă parte se apropie sălișteanca cocheta cu mult negru și alb, femeia de-un aspect cam mănăstiresc din Vlașca, bănățeanca din Graniță cu cârpa încornorată și cu opreg din șerpi multicolori. Pădureanca purtând pe mâneci podoabă masivă, compactă și cu mărgelile, care dau ritm și linie șoldului. Te izbește costumul țărăncii de la Pitești, strigător ca un răsărit de soare, nu mai puțin și aproape antipodic al lugojanului în negru solemn. [...] Galeria acestor contemporani și strămoși e vastă cât țara (*Ibidem*, p. 271).

Același duh al pitorescului îl observă Blaga în aspectul casei românești, la care concură „un remarcabil număr de elemente inutile estetice și de asemenea un pitoresc sui generis” (*Ibidem*, p. 257), care contrazice „calapodul etic și practic” al caselor din apusul Europei.

Casele românești sunt mai liber laolaltă, ele sunt despărțite și distanțate prin grădini, au pridvoare împrejur și ferestruici așa de joase, că poți vedea totul înăuntru; casele formează grupuri nesimetrice ca țărânii când se duc în dezordine la o înmormântare sau la o nuntă; comuna românească e o colectivitate instinctivă de oameni deschiși, iubitori de pitorescul vieții (*Ibidem*, p. 264).

Stilul se regăsește și în metaforă, în creațiile populare, în superstiții și proverbe:

Pitorescul a invadat metafizica și mitologia populară. [...] Când pitorescul pătrunde înțelepciunea populară, aceasta ia înfățișarea

„sfătoșeniei”. Proverbele românești sunt cel mai adeseori produsul unei înțelepciuni, alimentate de simțul pitorescului (*Ibidem*, pp. 271-272).

1.2. Adaptarea

Această particularitate a acțiunii sociale și a mentalului colectiv românesc este o consecință a eclectismului asumat. Adoptarea în sistemul culturii române a unor elemente variate, cu surse dintre cele mai diverse, se sprijină pe o atitudine de auto-modelare în fața provocărilor materiale și spirituale.

Funcția adaptării e efectul persecuțiilor milenare. Dar cel care se poate adapta înseamnă că poate trăi. Ea e semnul vitalității noastre (Ralea, 1924/1997, pp. 88-89).

Plasată între cele două civilizații (Occidentul, cu aptitudinea sa creatoare, și Orientul, cu resemnarea lui pasivă¹), cultura

1. Ralea (1924/1997, pp. 73-75): „Sub diferite variații de detaliu, omul care locuiește azi continentul nostru se prezintă sub două tipuri bine definite: occidentalul și orientalul. În apusul și centrul Europei domnește o mentalitate, iar către răsărit, către posturile cele mai avansate ale Asiei, o alta. [...]”

Toată civilizația occidentală stă într-un singur cuvânt: aptitudinea creatoare. Ridicat deasupra mediului, dominându-l prin stăpânire de sine, prin curaj, prin răbdare și inițiativă, occidentalul e spirit activ mai înainte de toate. El prefăce ambianța, sfîșiește locul, căruia îi impune legea și ideea sa și care îl ascultă docil și învins. Apuseanul e stăpânul voinței sale elastice și ferme în același timp și pentru aceasta e și stăpânul lucrurilor înconjurătoare. Curajul său e când temerar, când rezonabil. Știe să riște și să fie în același timp prudent. [...]

În asemenea condiții, filosofia sa nu poate fi decât voluntaristă. El crede că totul e posibil, e optimist în încrederea pe care o acordă forțelor sale, crede în libertate, mai mult, în liber-arbitru, pentru că

română a găsit o valoare intermediară: adaptabilitatea. „Această adaptabilitate am perfecționat-o făcând din ea arma noastră de luptă în existență” (*Ibidem*, p. 76). Trăsăturile psihologice legate de ea sunt: puterea de observație, percepția iute, înțelegerea exactă și clară a mediului. Ralea citește semnele puterii de adaptare a românului în rapiditatea cu care acesta se integrează în medii sociale noi, în ușurința cu care învață limbi străine, în succesele obținute în profesii care implică abilități de contextualizare (medicina, avocatura, politica, actoria).

rezistența determinismului orb o învinge cu puterea înțelepciunii sale; forțază evenimentele prin voința sa de triumf. Individualismul e, fără îndoială, idealul său ultim.

Psihologia orientalului e exact contrară. Ea se reduce, de obicei, la o resemnare pasivă. Dacă occidentalul se impune mediului, orientalul se supune. Forța naturii îl zăpăcește, îl zdrobește, îl apasă. Recunoaște într-însa cine știe ce forță religioasă misterioasă, contra căreia i se pare inutil să mai lupte. Ordinea evenimentelor i se pare mai dinainte stabilită de un zeu inefabil. Fatalismul, adică constatarea acestei așezări prestabilite pe care voința omului e prea slabă să o îndrepte, i se pare singura soluție. Totul e acceptat așa cum se prezintă. Niciun orgoliu, nicio ambiție, nicio rezistență. Imaginația și voința nu prefac deloc realitatea înconjurătoare. [...] Idealul său e confundarea în masa anonimă, în colectivitatea absorbantă. Între aceste două tipuri extreme de civilizație, între aceste două interpretări ale existenței, datorită a două structuri deosebite, între creațiunea occidentalului și resemnarea orientalului se poate găsi o valoare intermediară. Să numim această structură adaptabilitate.

Această aptitudine nu e încă activitate creatoare. A te adapta la mediu nu înseamnă chiar a prefăca mediul. Înseamnă cel mult a rezolva un conflict cu ambianța, înseamnă a ajunge la un fel de armistițiu. E o activitate, dacă vreți, pe jumătate creatoare. Cel care se adaptează e oarecum pasiv, fiindcă imită în bună parte mijloacele de existență ale mediului, acceptă ceea ce i se impune, stabilind un echilibru printr-o cedare, un compromis”.

Specificul adaptării românului pare să fie acomodarea individuală, găsirea soluției personale:

Se adaptează oricărei situații, [...] nu se resemnează complet, ci încearcă să amelioreze situația pe cale individuală, căutând pe cât se poate un aranjament prin stăruințe ori favoruri care trebuiesc să facă din el o excepție, un privilegiat. Și odată acest țel ajuns, situația generală nu-l mai interesează (*Ibidem*, pp. 77-78).

Mihai Ralea atrage însă atenția:

Adaptabilitatea e o sabie cu două tăișuri. Ea poate însemna evoluție, inteligență, finețe, suplețe, progres, după cum poate însemna lașitate, duplicitate, șiretenie, superficialitate. În ea se găsesc conținute virtual și posibilitățile de progres, și cele de decadentă. Totul va depinde de directiva culturală, socială și morală care va fi imprimată poporului nostru de conducătorii săi. Destinul care ne așteaptă e astfel dublu. La răspântie se cere mai multă înțelepciune decât oriunde (*Ibidem*, pp. 90-91).

În acest echilibru fragil pe care îl conține în ea adaptabilitatea, autorii care au investigat sufletul românesc au văzut fie virtutea (Constantin Rădulescu-Motru, Mihai Ralea, Lucian Blaga, G. Călinescu), fie viciul (Dumitru Drăghicescu)¹.

Formele pe care le îmbracă adaptarea în cultura română sunt: instinctul de autoconservare, fluctuația, schimbarea ca scop în sine, soluția de moment, ambivalența (dualitatea, duplicitatea, disimularea), compromisul și nuanța, asumarea lucidă a legilor firii, măsura, firea lucrurilor (rânduiala).

1. Astfel, primii autori citați tind să dea o conotație pozitivă trăsăturilor naționale ale românilor, în timp ce D. Drăghicescu, constant critic, conotează negativ efectele adaptabilității în planul psihologiei sociale, conturând un personaj colectiv cu multe defecte.

1.2.1. Instinctul autoconservării

Deseori s-a spus că persistența în timp a poporului român a fost un „miracol istoric”. Probabil a lucrat instinctul autoconservării, dezvoltat de-a lungul secolelor în care românii s-au luptat pentru supraviețuire înfruntând diverse popoare. Pentru Mihai Ralea, instinctul autoconservării se manifestă prin lipsa opiniei publice:

Puține popoare se pot acomoda mai ușor la suferințe, la nedreptăți, la erori ca românul. Orice s-ar întâmpla, nu protestează. [...] S-a spus, și lucrul e perfect adevărat, că suntem singura țară care n-a avut încă o revoluție (Ralea, 1924/1997, p. 77).

Pentru G. Călinescu, instinct înseamnă „un simț politic miraculos”: „Când privim cu perspectivă ne dăm seama că instinctul nostru a lucrat totdeauna sigur. Numai noi am scăpat de penetrația otomană administrativă, păstrându-ne independența”. Înțelepciunea populară ne învață: „Capul plecat, sabia nu-l taie”.

1.2.2. Fluctuația

Expresia celebră a fluctuației este „sentimentul spațiului mioritic”, așa cum a fost definit de Lucian Blaga (1936/1985, pp. 191 și urm.). Pornind de la teoria lui Spengler¹ asupra spațiului ca

1. În teoria lui Spengler (*apud* Blaga, 1936/1985, p. 192), spațiul este un factor sufletesc creator, configurează structura orizontului spațial al inconștientului: sentimentul spațiului determină trăsătura fundamentală a fiecărei culturi. Astfel,

Cultura faustiană a Apusului, o cultură a zbuciumului sufletesc, a setei de expansiune, a perspectivelor, implică sentimentul simbolizat prin spațiul infinit tridimensional. Cultura greacă antică, apolinică, măsurată, luminoasă, implică spațiul limitat, rotunjit, simbolizat prin imaginea corpului izolat. Cultura arabă, magică, de-un apăsător fatalism, [...] ar avea ca substrat sentimentul spațiului-boltă. Vechea cultură egipteană implică sentimentul spațial al drumului labirintic, care duce spre moarte (*Ibidem*, p. 193).

factor sufletesc creator, Blaga consideră determinant pentru spiritul poporului român „plaiul, adică un plan înalt, deschis, pe coamă verde de munte, scurs molcom la vale”, „orizontul înalt, ritmic și indefinit alcătuit din deal și vale”. Expresia metaforică a acestui spațiu o identifică autorul în balada populară *Miorița*:

„Pe-un picior de plai,
Pe-o gură de rai”.

Totodată, Blaga identifică expresii ale spațiului mioritic în așezarea caselor românești, în doină, ca specie folclorică definitorie pentru sufletul românesc, în metrica versului.

Casele în satele românești de șes nu se alătură în front înlănțuit, dârz și compact, ca verigile unei unități colective, ci se distanțează fie prin simple goluri, fie prin intervalul verde al ogrăzilor și al grădinilor, puse ca niște silabe neaccentuate între case. Această distanță, ce se mai păstrează, e parcă ultima rămășiță și amintire a văii, care desparte dealurile cu așezări ciobănești (*Ibidem*, p. 198).

Doina exprimă

melancolia, nici prea grea, nici prea ușoară, a unui suflet care suie și coboară, pe un plan ondulat indefinit, tot mai departe, iarăși și iarăși, sau dorul unui suflet care vrea să treacă dealul ca obstacol al sorții, și care totdeauna va mai avea de trecut încă un deal și încă un deal, sau duișia unui suflet, care circulă sub zodiile unui destin ce-și are suișul și coborâșul, înălțările și cufundările de nivel, în ritm repetat, monoton și fără sfârșit (*Ibidem*, p. 195).

Specific poeziei românești este „versul construit din silabe accentuate și neaccentuate, una câte una”, asemenea ritmului „alcătuit din deal și vale sau din vale și deal”.

Limba românească și-a creat, probabil concomitent cu constituirea ritmică a spațiului nostru, un ritm interior, care a făcut-o mai aptă pentru metrica întemeiată pe troheu și iamb, decât pentru metrica

dezvoltată din celelalte unități ritmice (Călinescu, 1941/1982, pp. 199-200).

Ritmurile existenței noastre în istorie – retragerea în munți din calea năvălitorilor și revenirea la șes după trecerea primejdiei –, cele ale vieții pastorale – transhumanța – s-au întipărit în mintea românului ca variații, fluctuații necesare: „Azi aici, mâine-n Focșani”. În viziunea lui D. Drăghicescu (1907/1995, p. 221), fluctuația apare în forma „continuului acces de isterie”, „convulsiunilor și spaimelor la intervale scurte”¹.

În atitudinile față de ființa lor etnică, românii pendulează între critică excesivă și etnocentrism encomiastic.

1.2.3. Schimbarea ca scop în sine

Istoria românilor apare ca un lung șir de „schimbări la față”, acceptate de oameni pentru a-și asigura supraviețuirea. Nu este o schimbare planificată, cu un scop, motivată, ci una dictată, impusă, adusă din exterior. „Schimbarea de dragul schimbării.” Călătorii străini prin țările române îi caracterizau pe români ca „doritori de schimbări și prefaceri” (secolul al XVI-lea; *apud* Barbu, 2000, pp. 15-34, *passim*). Este schimbarea ca formă de existență, adeseori generatoare de confuzie și stres. „Mintea românului de pe urmă”; el acționează instinctiv, fără scop, dar înțelege lucrurile abia la sfârșit, când poate privi în urmă, la drumul parcurs până în punctul de sosire.

Adaptarea prin schimbări rapide și numeroase a creat un sentiment special al timpului:

1. Autorul dă exemplul grăitor al mazilirii domnilor români la intervale scurte de timp; astfel, între 1538 și 1634, Țara Românească a avut 31 de domni.

Românii par să alunece pe firul unui timp infinit, al unui timp pentru care prezentul este un simplu vehicul ce poartă de la o clipă la alta, în vreme ce viitorul este o veșnică amânare datorită lipsei scopului.

Percepția timpului se fundamentează pe

mișcarea continuă, imaginația lipsită de dorință sau caracterizată de o dorință fluidă și nestructurată, cea a schimbării pur și simplu, [pe] infinitul temporal, care face ca orice moment și orice loc să fie lipsite de coordonate finite, determinate (Barbu, 2000, p. 139).

Românul distinge între „vreme” ca veșnicie și „timp”, măsurabil cu ceasul sau cu calendarul. Vremea, cu ritmuri cosmice, stă sub dominația trecutului măreț, glorios și al unui viitor incert, nepredictibil. Timpul stă sub semnul prezentului, al latinescului *carpe diem*. Ovidiu Papadima (1936/1995, p. 95) remarcă la român „pofta lui nebună de viață și înclinarea de a-i gusta din plin toate bunătățile”. Românul este petrecăreț, chefliu, de lume, veselnic, ține nunta trei zile și trei nopți, chiuie de-l aude tot satul, face mâncăruri multe și alese de sărbători, vrea să moară sătul, bea „câte-un pic-pic-pic/până n-o mai rămânea nimic”, ține sărbători multe, zilele de naștere și zilele de nume, stă în vizită ore în șir, „râde și se veselește”, căci „ce-i în mână nu-i minciună”, se liniștește cu o filosofie simplă – „ce-a fost azi am văzut, ce e mâine om mai vedea”, „văzând și făcând”, căci pentru el „nu aduce anul ce aduce ceasul”.

Absența scopului și a motivației, ca principiu în evoluție, pare să se reflecte și în planul discursului: „acum spune una, mâine spune alta”, „vorbește ca să se audă vorbind”, „vorbește ca să nu tacă”, „vorbește ca să fie vorba pe drum”, „vorbește să se afle în treabă”.

1.2.4. Soluția de moment

Românul găsește soluția de moment – rapidă, comodă și simplă – pentru a-și satisface trebuințele, motivându-și superficialitatea prin dorința de a respecta „firea locului”.

Românul nu va încerca prea mult să schimbe cursul întâmplărilor; el va modifica, dar nu va modifica configurația pământului. El își clădește casa și la spatele lui Dumnezeu, știind pe semne că Dumnezeu are ochi și în spate. Ulițele unui sat de munte, românesc, se pierd printre stânci șerpuitoare, ca pâraiele. Ulițele în loc să taie stâncile, mai bucurose le ocolesc. Colaborează la acest fel atât dragostea invincibilă față de pitoresc, cât și respectul religios față de „fire” în ale cărei rosturi și măruntaie e păcat să intervii silnic (Blaga, 1936/1985, p. 266).

De aceea lucrul românului arată improvizat, de mântuială, nefinalizat. Dar este soluția rapidă prin care evită incertitudinea și își găsește liniștea interioară. „E bine oricum, numai să fie”, „Lasă, că merge și așa”. Cu formula lui D. Drăghicescu: „Chiar când săvârșim ceva, niciodată nu desăvârșim nimic” (1907/1995, p. 373) sau prin imaginea din balada Meșterului Manole: „Un zid părăsit/Și neisprăvit”. Ironic, Drăghicescu afirmă: „E greu să înceapă, că de lăsat se lasă” (*Ibidem*) și citește în această atitudine „un contur sufletesc neisprăvit” reflectând lipsa desăvârșirii geografice, istorice și sociale: „Suntem neisprăviți geograficește și istoricește, suntem nevârșnici din punct de vedere social” (*Ibidem*, p. 344). Blaga (1936/1985, p. 265) observa manifestări ale impulsului de moment în arhitectura românească:

Arhitectura românească era făcută fără raportarea prea strânsă la rezistența temporală, din duhul intermitenței sezoniere. Casele și bisericile cresc și dispar, dispar și cresc, ca spicul secerat, ca grâul semănat, ca frunza, care, căzând, a lăsat în locul ei latența altei frunze.

Graba românului de a isprăvi, găsind soluții superficiale, de moment, netrainice, este justificată, pe de o parte, prin incertitudinea viitorului, iar, pe de altă parte, prin dorința de a reveni cât mai curând la ritmurile cosmice, naturale, pe care acțiunea pare să le tulbure. Românul „face să fie făcut”, „de mântuială”, „în dorul lelii”, „acolo, să fie”, „să nu zică că n-a făcut”. De aceea, soluția de moment a românului este adeseori machiavelică: „Se face frate și cu dracul ca să treacă puntea”.

„Veșnica nemulțumire, dorința de schimbări și prefaceri, iubirea de noutăți împletite cu trăirea stereotipă, sub semnul eternității, a istoriei creionează o imagine contradictorie a lumii umane.” Aș numi această imagine contradictorie coerența clipei care asigură reșezarea lucrurilor în matca lor.

1.2.5. Ambivalența

Ambivalența îmbracă la români diverse forme, mai mult sau mai puțin vinovate. Dualitatea vine din faptul că e nehotărât, nu poate alege: „ba e lae, ba-i bălae”, vrea să fie „și cu slănina în pod, și cu cratița unsă”, e „și cu rușii, și cu turcii”, vrea să împace „și capra, și varza”, e „imparțial, ca tot românul”. Când e duplicitar, e calp, „deștept” (ironic, dezaprobator), fals, fățarnic, fățurit, fariseic, iezuit(ic) (fig.), machiavel(ist)ic, mincinos, nesincer, perfid, pestriț, prefăcut, proclat, șiret, șmecher, tartuf, telpiz, trombonist, viclean, zugrăvit, „se dă după cum bate vântul”, „o scaldă”, „o întoarce ca la Ploiești”. Când nu e nici dual, nici duplicitar, își disimulează gândurile, intențiile prin fapte („face de ochii lumii”, „pupă-l în bot și papă-i tot”), faptele prin vorbe („să faci ce zice popa, nu ce face popa”, „zice ca tine și face ca el”, „în față zice una, în spate zice alta”), vorbele prin tăcere („dacă tăceai, filosof rămâneai”, „vorba lungă, sărăcia omului”), stânjeneala prin zâmbet. Vocația dublului se regăsește și în formele prin care românul dă expresie umorului: umorul mucalit

(râde sub chipul seriozității), zeflemeaua (minimalizează lucruri importante), ironia (speculează aparența și esența), autoironia (se denigrează cu intenția de a-și minimaliza defectul), „hazul de necaz” (râde când ar fi de plâns). În toate ipostazele sale, râsul are funcția de a întări sentimentul de grup, de a stabili relații agreabile, detensionate între interlocutori.

1.2.6. Compromisul și nuanța

Când totuși trebuie să aleagă, românul preferă soluția de mijloc, de compromis. „Calea de mijloc e cea mai bună.” Conflictele le rezolvă prin „înțelegeri” („o împăcare dreaptă e totdeauna mai bună decât o judecată strâmbă”) sau le mușamalizează. În arta plastică, preferă nuanțele – „nuanțele fine, stinse, stoarse din sângele diafan al buruienilor” (Blaga, 1936/1985, p. 281). În muzică, „substanța sonoră e alcătuită în mare parte din tonuri intermediare, imprecise, de stăruitoare nuanțare a stărilor sufletești” (*Ibidem*, p. 289). Sentimentele tipic românești – dorul, jalea, urâtul – sunt „stări de nuanță” (*Ibidem*).

O altă față a compromisului și a nuanței este vagul, indefinitul, confuzia: facem „planuri vagi, [...] cețoase, nelămurite” (Drăghicescu, 1907/1995, p. 372). „Oarecum, într-o câtva, pe undeva, într-un fel.”

1.2.7. Asumarea lucidă a legilor firii

Printre trăsăturile definitorii ale poporului român, Drăghicescu includea „lipsa de energie și de voință activă, pasivitatea defensivă și resemnată în faptă” (1907/1995, p. 350), „tradiționala noastră nepăsare, credința în fatalitate, în soartă, în noroc, cu desăvârșită lipsă de încredere în noi înșine” (*Ibidem*, p. 363). Dimitrie Gusti

și Emil Cioran vorbeau, de asemenea, despre fatalism, resemnare, pasivitate.

Cu toate acestea, există deosebiri fundamentale între fatalismul oriental și cel din spațiul mioritic.

Lucian Blaga îl numește „sentimentul destinului”:

Sentimentul destinului, încuibat subteran în sufletul românesc, e parcă și el structurat de orizontul spațial înalt și indefinit ondulat [...]. De un fatalism pus sub surdina de-o parte, de-o încredere niciodată excesivă de altă parte, sufletul acesta este ceea ce trebuie să fie un suflet, care-și simte drumul suind și coborând, și iarăși suind și iarăși coborând, ca sub îndemnul și-n ritmul unei eterne și cosmice doine, de care i se pare că ascultă orice mers (Blaga, 1936/1985, pp. 196-198).

Ovidiu Papadima îl numește „acceptare lucidă a legilor firii”. Românul vede universul dominat de lege, „de armoniile dumnezeiești ale firii, care au fost stabilite tot pentru frumusețea vieții omului” (Papadima, 1936/1995, p. 121). Acestea au, pe de o parte, praguri de taină („dacă vrea Dumnezeu”, „voia Domnului”, „Dumnezeu știe ce face”, „puterea lui Dumnezeu mintea omului nu o poate cuprinde”), iar, pe de altă parte, porunci și așezări pe care omul le-ar putea înțelege, dar care i-ar sfârâma sufletul și viața prin revelarea lor (Papadima, 1936/1995, p. 119). Prin urmare,

ceea ce pare fatalism nu sunt decât rigorile lucid acceptate ale unei severe concepții despre ordine, adică rânduială (Papadima, 1936/1995, p. 117).

Omul știe că poate abate prin înșelăciune sorții dați de Ursitoare, poate iscodi prin încăpățănare, prin viclenie, prin impertinență rânduilele dumnezeiești, dar e păcat. În moarte nu vede un despot crunt, ci o biată bătrână, care duce la împlinire rânduilele lumii; încearcă s-o înșele, și moartea trebuie să-l prindă, la rândul ei, prin vicleșug (Papadima, 1936/1995, pp. 112-116). Românul vede universul dominat de lege,

de armoniile dumnezeiești ale firii, care au fost stabilite tot pentru frumusețea vieții omului (Papadima, 1936/1995, p. 121).

Călinescu îl numește „fatalism energetic”:

Rasa noastră a căpătat prin marea ei vârstă, ca una ce a văzut mărirea și decadența împăraților (celți, romani, barbari, turci, imperiali), o filosofie de sus: *Ce e val, ca valul trece; Din codru rupi o rămurea, / Ce-i pasă codrului de ea* (Călinescu, 1941/1982, p. 976).

La Noica, fatalismul este expresia existenței potențiale, aflate sub dominația legilor atemporale ale firii, așa cum este ea ilustrată prin: *este* – expresia existenței pure, atemporale; *nu este* – expresia non-existenței; *n-a fost să fie* – expresia ființei neîmplinite, a lucrului care nu și-a atins legea, conținând în ea opoziția negativ/afirmativ; *era să fie* – expresia a ceva ce purta în el legea și avea toate temeiurile să fie, dar ceva întâmplător și din afară venise să-l blocheze, să-l suspende, astfel încât expresia, deși uită de negativ, recade în el; *va fi fiind* – expresia posibilității bănuite a ființei, a făgăduinței de ființă tocmai în măsura în care temeiurile ei erau în joc; *ar fi să fie* – expresia ființei posibile, asigurate, a îndreptăririi de a fi în jurul unei realități a cărei lege o indică, invocând legea de dinainte ca lucrul să fie; *este să fie* – exprimă situația ființei ca intrare în ființă, ființa intrării în ființă, temeiurile unei ființe până la iminența trecerii ei în realitate; *a fost să fie* – expresia ființei săvârșite, consumate, împlinite, evocând legea de după consumarea în realitate a lucrului (Noica, 1978, pp. 26-57, *passim*). Astfel, românii conceptualizează existența ca parcurs între pre-ființă (purtând în ea perspectiva ființei) și post-ființă (purtând în ea perspectiva fostei ființe), ambele guvernate de lege. Prezentul lui *a fi* este un prezent atemporal, pancronic.

La români, acceptarea lucidă a destinului este o formă de adaptare la legile firii, adică ale universului atemporal.

1.2.8. Măsura

Măsura, ca formă de evitare a exceselor, este aspirația de atingere a stării de echilibru. „Ajunge un par la un car de oale.” Altfel, românul caută echilibrul în lumea lucrurilor (simțul măsurii, buna-cuviință, buna-credință, buna înțelegere) și a spiritului:

Imaginea românească a raiului și iadului corespunde întru totul spiritului profund creștin, dar în același timp atât de liniștit, atât de echilibrat în firea sa, ca și în realismul concepției sale de viață. [...] Rai și iad înseamnă, creștinește, răsplată și pedeapsă pentru fapte bune și pentru păcate (Papadima, 1936/1995, p. 47).

Echilibrul interior și cel exterior al ființei îmbină esteticul cu eticul. Virtutea pentru român înseamnă deopotrivă cumpătate, răbdare, perseverență, respectul pentru tradiție, îndeplinirea obligațiilor sociale, construirea unei imagini personale favorabile „în ochii lumii” și protejarea ei „de gura lumii”. Expresia echilibrului românesc este măsura: românul răspunde „pe măsură”, face lucrurile „cu măsură”, judecă „cu dreaptă măsură”, se poartă „măsurat”, își „măsoară cuvintele”. „Nici prea-prea, nici foarte-foarte.”

Echilibrul înseamnă și simetrie, adică perfecțiune. Despre oamenii care și-au pierdut echilibrul se spune că sunt „într-o parte”, „într-o doagă”, „într-o ureche”. Totodată, înseamnă „calea dreaptă”, fără abateri. Pe țesături se regăsește echilibrul culorilor. Portul țăranilor exprimă simțul măsurii.

Tăietura veșmintelor e și ea plină de grație și de varietate, în același timp de seriozitate. Fiecare piesă a costumului are altă tăietură, altă formă. Româncă nu poartă rochii lungi și largi, ci catrința strânsă în brâu, de o lungime și o lărgime moderată, care exteriorizează sprinteneala ei spirituală și-i permite o mișcare ageră. Urcușul și coborâșul pe cărările dealurilor și ale munților impunea românului un veșmânt strâns pe corp, cu o fluturare nu prea largă, ca să nu se împiedice în el. Nimic în îmbrăcăminte nu dă impresia unei neglijențe,

a ceva ce se târăște după om, a ceva scăpat de sub control ; dar nici nu scoate în relief în mod impudic formele ispititoare. Ea dă corpului mai degrabă o frumusețe spirituală, decât să o pună în relief pe cea carnală, precum costumul orășenesc de origine occidentală (Stăniloae, 2001, p. 54).

Sunetele au armonii prelungi și triste în doină, dar scurte și vesele în cântecul de joc.

Forma de echilibru cea mai dorită este pacea. Domniile erau bune pentru popor atunci când puteau să le aducă vremuri de pace.

1.2.9. Firea lucrurilor (rânduiala)

Armonia este forma desăvârșită a echilibrului universal. La români, armonia se numește firea lucrurilor, rânduiala lăsată de Dumnezeu pe pământ, rosturile firii. Acest sentiment îi vine românului din ortodoxism, din calma acceptare a voinței divine, a puterii lui Dumnezeu, care a rânduit toate lucrurile. Poporul român pare să aibă „conștiința armoniei perfecte în care Dumnezeu a îmbinat toate așezările firii” (Papadima, 1936/1995, p. 51). Sau :

așa cred că vede poporul acesta lumea: ca o rudimentară dar frumoasă armonie de rânduiești, în bine ca și în rău – sub aparenta lor încălcire barbară –, privegheată neconținut de ochiul înțelept și bun al lui Dumnezeu. [...] Orice amănunt – fie al binelui, fie al răului – își găsește nesilit locul în această viziune. Fiindcă făpturile toate – fie de duh, fie de carne, fie de piatră – sunt rezultate ale voinței divine și se poartă numai după orânduirile ei (*Ibidem*, p. 29).

Rândul și rânduiala sunt aspirațiile ultime ale omului: „a fi om în rândul lumii”, „a rândui toate lucrurile” și „a le găsi apoi în bună rânduială”. Rânduiala este o ordine a firii, o lege a ei, nesilită de om. „Rânduiala are, deci, pentru noi, un înțeles cosmic” (Papadima, 1936/1995, p. 61).

Ideea de armonie cosmică, de rânduială a firii, înglobează ideea de muncă, de ierarhie și de lege.

Munca este pentru români o tradiție, nu o valoare, împlinirea unui ritual cosmic, nu sursă a bunăstării; în numele păcatului avariției și al cumpătării, românii muncesc numai atât cât să nu moară de foame, în schimb „au noroc la bucate”.

Folclorul nostru nu privește biblic munca drept o pedeapsă, dată de Dumnezeu primilor oameni, după izgonirea lor din Rai. [...] Dumnezeu a trudit simplu, omenește și îndelung până ce a creat lumea. [...] Perfecționarea lumii s-a rotunjit încet, prin grijă și trudă. [...] Prin semnul crucii, munca se integrează în armonia creștină a lumii (Papadima, 1936/1995, pp. 74-75).

Munca e deci chin numai atunci când stă sub poruncile lăcomiei omenești și nu ale ordinii dumnezeiești. Deosebirea dintre lumea modernă și lumea veche – care stă încă încremenită măcar în gândul satelor noastre – aceasta e; pentru economia patriarhală, munca este o necesitate firească de viață și nu un izvor de câștig, ca în lumea industrială de azi. Țăranul nostru încă și azi e obișnuit să muncească atât cât îi trebuie pentru viață (Papadima, 1936/1995, p. 76).

S-a spus adeseori că „munca este dușmanul de moarte al românului” (vezi și Barbu, 2000, pp. 40-50); fără a fi foarte harnic, mulțumindu-se cu puțin, românul pare totuși să înțeleagă munca, să vorbească laudativ despre ea („Meseria este brățară de aur”, „Cine mult vorbește lucrul nu-i sporește”, „Cine-i harnic muncitor, de pâine nu duce dor”, „Lenea e cucoană mare care cere de mâncare”, „Munca cu silință preface orice ființă”, „Cu muncă necurmată mănânci plăcintă lată”).

Ierarhia este „un dat al firii”, structurând întreg universul. Domnul Dumnezeu este stăpânul atotputernic al lumii. Boierul este „domnul”, „stăpânul”. El trebuie să fie bun, blând și milos, căci altfel e un tiran, să aibă grijă de supuși, iar aceștia, la rândul lor, trebuie să-i fie ascultători și credincioși, să-i jure credință. Așa e rânduiala :

Stăpânul nu e pedepsitor, cât aducător de dragoste și purtător de grijă. El coboară părții lui de lume o parte din bunătatea și grija infinită a Creatorului. De aceea, însușirea de seamă a stăpânului este apropierea de sfințenie. Toate soiurile de fapte ale lumii sunt date în veghe câte unui sfânt. Peste păsări este Simeon Stălpnicul. Peste gănganii, Arhanghelul Mihail. Peste lupi, sfântul Nicolae (Papadima, 1936/1995, p. 62).

Puterea este asociată cu paternalismul, gloria, înțelepciunea, autoritarismul cu sfințenia („Ce spune stăpânul trebuie să fie sfânt”). Nesupunerea, când apare, nu ia forme agresive, factice, ci rămâne în planul afectului, ca nemulțumire, resentiment, sau în planul discursului, ca rumoare, scandal, bârfă, „vorbe de clacă”, lamentare, injurii, sfadă, ceartă.

Rânduiala cosmică este condusă de legile firii. Este o armonie neconstrânsă de legea modernă sau de instituții (Barbu, 2000, pp. 50-65). Ea poate lua forma înțelepciunii celui puternic („voia domnului”, adică fie a stăpânului, fie a lui Dumnezeu) sau forma libertății naturale neîngrădite de reguli. „În raporturile sale cu statul modern, țaranul nostru e foarte anarhic și rebarbativ” (Papadima, 1936/1995, p. 130); el percepe legile ca o constrângere a libertăților naturale¹. În aspirația sa spre armonie universală, deci și socială, românul înțelege dreptatea nu ca pedepsire a vinovatului, ci ca o consolare a celui păgubit, nu ca aplicare a unei pedepse, ci ca „arătare cu degetul a vinovatului”, ca o certare a lui, o aducere a lui în fața mulțimii sau ca lăsare „în plata Domnului”, „să-l judece Dumnezeu”. Dreptatea se reduce în cele din urmă la o chestiune de bunăvoință a celui care o împarte și se poate cumpăra cu plocon, atenție, cadou, mită, șpagă, sfântuială, șperț, mazădă, rușfet, bacșiș, simonie, procent, dar, peșcheș, prosforă, donație, prinos, ofrandă, „ceva cât de

1. Ovidiu Papadima redă un dialog între Densusianu și un țăran din Muntenia: „Aduceam lemne cu targa și nu mă-ntreba nimeni. Aveam de coseam fân și aram pă unde vream. Ne-a cuprins statu de tot, n-avem nicio mișcare” (*apud* Papadima, 1936/1985, p. 131).

cât”, „un fleac, un nimic, cât să fie ceva”, sensibilizare, „dreptul lui”, „partea lui”, „un plic”, contribuție, sponsorizare; chiar și pentru mort se aruncă bani la întreținerea drumurilor, pentru a-și plăti vămile, adică pentru a-și cumpăra intrarea în rai. Iertarea, mila, îndurarea par să facă legea supremă.

Prin conștiința solidarității sufletești universale, Papadima (1936/1995, p. 90) explică legătura dintre om și natură, sentimentele de dragoste și intimitate cu aceasta. „Romănu-i frate cu codrul.” „Firea se înțelege cu omul, fiindcă legătura se face de la suflet la suflet, de la al ei la al omului.” Și mai departe:

Firea îi dă semne omului în fiecare clipă. E destul numai ca el să știe să le descifreze glasul mut, ca să se izbăvească. Întreaga meteorologie populară – care la noi e atât de bogată și precisă – se întemeiază pe aceste semne (Papadima, 1936/1995, p. 91).

Sintetic: „Conștiința solidarității cosmice a ajuns aici la termenul ei ultim. Își ajunge ea însăși sieși” (Papadima, 1936/1995, p. 66).

Armonia își găsește diverse expresii. De pildă, arta populară

împreună într-o viziune sintetică geometrismul static, năzuința stihială în tratarea motivelor naturale și orientarea spre nuanță coloristică, ceea ce dă împreună un complex de determinante deosebit de armonic, cu mănunchi simfonic de acorduri parcă prestabilite (Blaga, 1936/1985, pp. 284-285).

Ca sentiment definitoriu al spațiului mioritic, dorul exprimă „armonia rațională [...] între opuzi (durere și plăcere) prin contopire de sensuri, iar nu prin compunere” (Blaga, 1936/1985, p. 289).

* * *

La intersecția acestor forme diverse de adaptare s-a cizelat spiritul românesc. În spațiul spiritului românesc, *a fi* este o potențialitate nelimitată și poartă în el sensul permanenței; *a deveni* reflectă parcursul întemeiat pe legile firii, dinspre *va fi*

spre *a fost*, eșuând în perspectiva statică și lipsită de orizont a clipei; *a avea* se confundă cu *a fi*¹, căci românul consideră avariția un păcat, iar sărăcia – o virtute, muncind atât cât îi trebuie pentru a exista; *a face* se reduce la gestul grăbit, de o clipă, prin care omul reînstaurează legile firii. *A fi*, *a deveni*, *a avea* și *a face* se contopesc în expresia paradoxală „A fost odată ca niciodată, că de n-ar fi nu s-ar povesti”. În arhitectură, perspectiva atemporală este simbolizată prin „înlănțuirea fără sfârșit a spiralelor” din stâlpii porților, din turnurile Mănăstirii Argeș sau din *Coloana infinitului*.

1.3. Neamul

Viața în colectiv a fost pentru român forma care l-a ajutat să reziste vitregiilor istoriei („Unde-i unul nu-i putere, la nevoi și la durere,/ Unde-s doi puterea crește și dușmanul nu sporește”); munca împreună a compensat automulțumirea cu puțin și lenea (căci „au pus mână de la mână”, s-au „ajutat unul pe altul”, și-au dat „o mână de ajutor” sau „au făcut clacă unii pentru alții”), mâncarea și obiectele date de pomană ca formă de ajutor pentru cei săraci din sat; biserica, șezătoarea, hora, cârciuma reprezentau spațiul de apropiere sufletească – aici se consumau evenimentele importante din viața comunității, se împărtășeau emoțiile, se deprindeau meșteșugurile, se petrecea. Prezența în aceste locuri era forma de participare la viața comunității. Colectivitatea îl sancționează pe cel care „lucrează de capul lui” și cu care „nu te poți înțelege”.

Modul de manifestare în cadrul colectivității a fost imitația, spiritul de turmă, conformismul, aceasta însemnând: „a merge pe calea bătută”, „a fi în rândul lumii”, „a nu ieși ca păduchele

1. Fapt petrecut, de altfel, și în planul limbii: *sum pro habeo*, *habeo pro sum*.

în frunte”, „a fi cum se cuvine/cum se cade”, „a nu intra în gura lumii”, „a nu fi de râsul lumii”, „a fi ca toată lumea”, „a face cum se face”. Imitația a fost pentru români o formă de competiție: „să-i arăt că pot și eu, nu numai el”, iar dacă a adus cocoșul moșului galbeni, și-a trimis și baba găina să-i aducă o comoară. Literatura populară este o expresie a spiritului colectiv, deci dezvoltarea ei nu a fost întâmplătoare, dobândind prioritate în fața creației de autor, a literaturii culte, expresie a experienței individuale.

S-a spus că, în cultura română, colectivismul s-a manifestat ca un colectivism gregar (bazat pe imitație, supunere, docilitate, spirit „de turmă” – C. Rădulescu-Motru) sau pastoral:

În forma noastră de civilizație covârșește factorul colectiv. Românul este o ființă sociabilă. [...] [El are] legături organice de familie și pământ (Călinescu, 1941/1982, p. 975).

Forma pe care a îmbrăcat-o colectivismul românesc a fost neamul, extins în spațiu (rudele, frăția, vecinul, vatra satului, neamul nostru românesc) și în timp (din neam în neam). Individul nu se definește prin sine, ci prin apartenența sa la un anumit neam: este „din neamul Șoimăreștilor”, de „neam bun” sau de „neam prost”; mortul se pomeneste „cu tot neamul lui cel adormit”; jurămintele se fac „pe neamul meu”, iar injuriile tot despre neam(uri) vorbesc.

Rudele. Întâi de toate, neamul este familia extinsă: vorbind despre familia sa, românul spune „familia noastră”, evocând laolaltă toate rudele de sânge: „în neamul nostru au fost mai multe fete”, „nu s-a pomenit așa ceva în neamul nostru”, „e din neamul nostru”, „se țin de neamuri”. Relațiile de rudenie se extind și asupra înrudirii spirituale: nașii tinerilor căsătoriți devin neamuri (cumetri) cu familia fetei și a băiatului. În rudenia naturală sau în cea spirituală, accentul nu cade pe relațiile afective, ci pe obligațiile care decurg din relație: părinții trebuie să și ajute copiii atât cât pot, căci la bătrânețe și copiii vor avea

grijă de ei; rudele toate trebuie să sară în ajutorul celui aflat la ananghie și să fie toate prezente la evenimentele importante, fiecare având un rol precis și obligații mai mici sau mai mari, în funcție de gradul de rudenie; tot neamul dă tinerilor la nuntă un dar, pentru a-i ajuta să se așeze la casa lor; părinții fetei sunt datori să-i facă zestre; nașii, ca rude spirituale, inițiază tinerii în căsătorie și îi veghează, iar finii le mulțumesc nașilor prin daruri; mortul e privegheat de tot neamul; greșelile și păcatele unuia se răsfrâng asupra neamului întreg. Intimitatea are forme concrete de manifestare: neamurile își fac casele alăturate, dorm în aceeași cameră sau în același pat, mănâncă la aceeași masă și din aceeași strachină, își pasc vitele împreună, își împrumută haine și obiecte din gospodărie, își fac casele la fel, țin același model pe ștergere. Rudenia se manifestă prin proximitate și asemănare, uniformitate, imitație. Odată stabilite, relațiile de rudenie persistă, indiferent de destinul familiei: fostul soț, fostul cuscru (unde *fost*, participiul verbului *a fi*, nu are semnificația ieșirii din relație ca „ex”, ci reflectă doar o transformare în timp), copilul din prima căsătorie, mamă de-a doua. Apelative desemantizate ca „frate”, „soro”, „taică”, „maică”, „uncheașule”, „mătușică”, folosite de persoane străine de familie, exprimă includerea spontană a vorbitorului în grupul interlocutorului, ca modalitate de exprimare a apropierei emoționale. Importanța familiei în comunitatea rurală este exprimată în metafora morții ca nuntă; îmbrăcarea în rochie de mireasă a tinerei fete moarte înainte de căsătorie exprimă nevoia împlinirii familiei.

Frăția. Rudenia de sânge sau cea spirituală din cadrul familiei se extinde ca rudenie spirituală între străini, frăția, adică: frații de suferință și frații de arme sunt legați prin experiențe și obligații comune, frații de cruce, sunt legați prin jurământ și ritual. În virtutea acestor legături, ei „se au ca frații”.

Vecinul. Rudenia de sânge și cea spirituală, înrudirea prin experiențe și sentimente se completează cu înrudirea prin proximitate spațială: vecinii se au bine unul cu altul, „zici că

sunt neamuri”. Relația de bună vecinătate se bazează pe interese imediate, adică pe același spirit tranzacțional, ca între rude: vecinii își împrumută obiecte casnice, se ajută la treburile gospodăriei (pomana porcului, claca), își sar în ajutor la nevoie. Pe scurt, „cu vecinii trebuie să te ai bine, că nu se știe când ai nevoie de ei”, de nu ei „pot să-ți facă cine știe ce rău”. În toate situațiile, grupul este spațiul securizant și oferă garanții de loialitate, cumsecădenie, cinste, bună purtare. Oamenii lasă ușile caselor descuiate, pentru că n-are cine să intre să fure ceva, vecinii își păzesc casa unul altuia; „n-ar face una ca asta vecina!”; „e băiat bun, de aici, din vecini”; „poți avea încredere în copilul ăsta, e copil bun, de aici, din vecini”. Vecinii își fac mici daruri de sărbători, își dau de pomană și nu merg în vizită unii la alții „cu mâna goală”. Vocativele „vecină!”, „vecine!” sugerează intimitatea. Apelativele „lele”, „bade”, „țață”, „nene”, „tanti” exprimă apropierea dintre oameni. Cu vecinii suntem „ca în familie”, „parcă am fi neamuri”. Câteodată vecinul ți-e „chiar mai aproape decât unul de-al tău”.

Vatra satului. În istoria colectivităților rurale au existat frecvent situații în care toți în sat erau neamuri, pentru că, de obicei, băiatul se căsătorește cu o fată din satul lui sau din satul vecin. Iar dacă nu erau toți din același neam, atunci erau câteva neamuri care se înrudeau metaforic prin vecinătate. Metafora „vatra satului” trimite la imaginea satului văzut ca o familie strânsă în jurul vetrei. Casele sunt împrejmuite cu un gard care delimitează curtea și ograda, dar permite în același timp celui care trece pe uliță să arunce o scurtă privire în curte pentru a da ziua bună gospodarului. Adeseori oamenii ies la poartă, parcă tocmai pentru a nu fi singuri în bătătură și pentru a se vedea cu ceilalți săteni.

Neamul nostru românesc. Metafora se bazează pe sentimentul unui spațiu comun, locuit de persoane care împărtășesc același destin și aceeași limbă. În cultura română, conștiința spațiului comun, pe care nu l-am părăsit niciodată, chiar dacă am fost atacați de nenumărate populații străine, și conștiința unității de

limbă au creat conștiința românismului: „Amândoi suntem de-o mamă,/De-o făptură și de-o seamă/Ca doi brazi într-o tulpină,/Ca doi ochi într-o lumină”. Absența unei gândiri și atitudini comune, ca și neînțelegerile sunt echivalate cu o excludere din neamul românesc: „Ești turc!”, „Ești tătar!”, „Ești țigan!”, „Faci pe chinezul!”, „Băi, bulgare!”.

Neam de neam. Sentimentul de neam îi cuprinde pe toți locuitorii spațiului românesc, dar și pe toți strămoșii, pomeniți „din neam în neam”, „cu tot neamul lor”, „neam de neam”. Pomana este, de fapt, o uniune cu spiritul celui mort, cu șirul de morți din familie.

Granițele fluide existente în cadrul comunității, sentimentul puternic de apartenență la grup sunt compensate de separarea netă de ceilalți. Străinii de neam sunt numiți printr-o metaforă spațială: „cei de afară”. „Afară” este antonimul lui „aici/la noi”.

Comunitățile rurale au perpetuat mentalitatea colectivistă chiar și în condițiile modernității; comunitățile intermediare, între sat și oraș, adică mahalalele, au importat modelul colectivismului rural, infuzându-le cu valorile citadine. Orașul s-a desprins treptat de modelul colectivist; în marile orașe de astăzi, oamenii tind spre individualism.

1.4. Cu frica lui Dumnezeu

S-a spus adeseori că persistența poporului în istorie s-a datorat ortodoxiei, care i-a unit pe români și le-a alimentat conștiința etnică. Dar și că ortodoxia ne-a apropiat de Bizanț, deci de Răsărit. Religia a jucat un rol important în menținerea conștiinței naționale, îmbrăcând însă o formă particulară în cultura română.

La sfârșitul secolului al XVII-lea, Antim Ivireanul considera creștinismul semenilor săi „un nume uscat și sec”, deoarece comportamentul oamenilor în biserică era nepotrivit: „vorbim și

rădem și facem cu ochiul unul altuia, mai rău decât la cârciume”, lucrurile sfinte sunt „batjocorite”, poruncile lui Dumnezeu „ocărâte”, legea „măscărită”, căci ce neam înjură ca noi de lege, de cruce, de cuminecătură, de comandare, de lumânare, de suflet, de mormânt, de colivă, de prescuri, de ispovedanie, de botez, de cununie, și de toate tainele sfintei biserici (*apud* Barbu, 2000, p. 66). La începutul secolului al XIX-lea, un călător străin prin țările române, Erasmus Heinrich Schneider von Weismantel, scria:

Așa după cum sunt originea, firea, obiceiurile și moravurile lor, tot astfel este și credința și religia lor, deși ei se socotesc creștini și anume de rit ortodox. Totuși, la oamenii de rând, noțiunile despre creștinism nu merg mai departe decât că ei știu că au fost botezați, că ar exista Sfânta Treime, îngerii și Satana și că ar fi o viață veșnică și o osândă veșnică. Despre cuvântul Domnului și despre Biblie nu au nicio cunoștință, iar pușinii lor preoți au foarte puține cunoștințe, căci nu știu mai mult decât doar să citească, iar mulți dintre ei nici nu știu să scrie. Ce este o predică nu știe nimeni în toată țara. Popa cântă cântările și psalmii rituali numai din obișnuință, pe lângă popă enoriașii nici nu sunt în stare să înțeleagă binc și nici să tâlmăcească cele auzite. Ar vrea și ei să se roage, dar nu știu nicio rugăciune, chiar *Tatăl nostru* îl știu foarte puțini oameni din toată țara. Ei cad doar în genunchi înaintea icoanelor, dimineața și seara, mari și mici, și în loc de rugăciune fac atâtea cruci câte vor [...]. Totuși, ca să arate că ei sunt creștini adevărați și că pe deasupra ei mai aparțin singurei religii adevărate, ei se fălesc cu postul și în fapt și postesc mult și aspru [...], iar femeile, măcar că aproape nu știu nimic despre cuvântul lui Dumnezeu, țin morțiș la post și la ceremoniile lor, deși ele se duc puțin – și multe dintre ele chiar deloc – la biserică. Iar fete și flăcăi nu vezi deloc la biserică, decât doar dacă se duc la nunți sau intră de curiozitate, că nici preotul nu vrea să-i rabde în biserică (vezi în Barbu, 2000, p. 27).

Mihai Ralea era de părere că nu se poate vorbi de un sentiment religios, ci doar despre „conduite de religie naturistă ori fetișistă primitivă, [în care] superstiția domină”.

Nu există însă acea pietate sufletească făcută din venerație, din adorație, din nevoie de comunicare mistică cu marele tot care face esența vieții sufletești religioase. Profanarea lucrurilor sfinte prin injurii odioase e foarte curentă la noi și clerul e foarte puțin respectat. Găsim poate în țărâname un anumit bigotism bazat pe frică. Dar acesta nu e încă sentimentul religios, făcut dintr-o anumită elevațiune sufletească (Ralea, 1924/1977, pp. 86-87).

În mod asemănător, Rădulescu-Motru (1942/1996, p. 18) vorbește despre „încrucișări spirituale născute din păgânism și creștinism”.

Faptele din istorie par să confirme aceste puncte de vedere: fie că erau obidiți, incuți și neinstruiți, neînțelegând textul slavon al Bibliei, fie că au format mai târziu o elită cu privilegii sau au reprezentat o unealtă în mâna statului, preoții nu au adus lumina spirituală oamenilor simpli; credința a fost „un labirint de superstiții” și un ritual pe care oamenii se duceau la biserică „să îl vadă” pentru „a fi văzuți” că se duc. „Așa e bine” – „Așa face toată lumea” – „Așa se face” – „Asta e rostul”. În rest, oamenii abia dacă știau o rugăciune, în schimb își făceau câteva cruci, spunând în fugă „Doamne, iartă-mă”, „Doamne-ajută”, „Dă Doamne”, „Să te-audă Dumnezeu”, „Să te vadă Dumnezeu”.

Religia românilor a fost în fapt un creștinism popular, exprimat ca supunere din frică, cerută de legile firii. Românii sunt oameni cu frica lui Dumnezeu. Deși neexprimată prin vorbe, deși needucată prin cunoașterea textelor religioase, credința a existat în sufletul românilor, simbolizată prin icoanele din casele lor.

1.5. *Spiritul frust*

Românul are un spirit frust – adică rustic, natural, brut, nelucrat, neprelucrat, primar, primitiv, rudimentar, necultivat, needucat, simplu. Istoria sa politică, militară, socială și culturală l-au constrâns să se păstreze – fizic, dar și mental – aproape de natură, departe

de acțiunea modelatoare a culturii. Cotropirile numeroase l-au făcut să stea mai mult în munți, retrăgându-se din calea năvălitorilor, pentru ca, la întoarcerea pe plai, să reconstruiască ce fusese distrus; războaiele nesfârșite nu i-au dat răgazul să stea să se instruiască pentru a-și cultiva comportamentele și spiritul; schimbările succesive nu i-au permis să-și consolideze instituțiile pentru a impune tradiția constrângerilor formale. În lumea civilizată, guvernată de reguli, el apare ca necivilizat, căci nu se poartă și nu vorbește după reguli construite de oameni, apare sălbatic, întocmai ca natura neamenajată, apare necultivat, exact ca ogorul nelucrat, trăind după legile naturale ale adaptării și sub zodia norocului.

Stereotipurile care au existat despre români de-a lungul istoriei sunt tocmai expresia acestui spirit frust, valorizat cel mai adeseori negativ de călătorii proveniți din Occidentul civilizată, cultivat. Dincolo de suprafața acestor stereotipuri, care nu sunt de fapt decât expresia unor convenții ale lumii civilizate, apare spiritul frust, apropiat de natură al românilor. Stereotipurile legate de înfățișarea românilor evidențiază robustețea, sănătatea, naturalețea necizelată de cultură: chipul aspru, neglijența cu sine și cu casele lor, trupul înalt și vârtos (secolul al XVI-lea); chipeși, arătoși, aveau femei frumoase (secolul al XVII-lea); cu o constituție bună, zdraveni, răbdători la oboseală, femeile erau frumoase, iar bărbații bine făcuți, sănătoși, robuști (secolul al XVIII-lea) (*apud* Barbu, 2000, pp. 15-34, *passim*). Stereotipurile legate de comportamente pun în evidență capacitatea de adaptare, instinctul de supraviețuire și conservare, caracterizat adeseori prin excese care contravin manierelor și preceptelor sociale și morale ale lumii civilizate: primitivi, lacomi de bani, născuți pentru furt, cruzi, cu obiceiuri barbare, conduși de legea bunului-plac, bețivi, lacomi, trădători, șireți, tâlhari, se lasă pe tânjală, delăsători, învață repede orice limbă (secolul al XVI-lea); puneau la cale uneltiri, duceau o viață necumpătată, erau aplecați spre hoție și tâlhărie, făceau învoieli pe bani, erau înșelători, aveau o țară bogată, dar nu prin munca oamenilor, căci munca era

dușmanul lor, erau leneși, nepăsători, așteptau totul de-a gata (secolul al XVII-lea). Stereotipurile privind atitudinile pun în evidență lipsa de cenzură și autocenzură în relațiile sociale, manifestările instinctuale: spirit grosolan, necioplit, viteji, dar fără disciplină militară, puși pe harță, războinici, puțin primitivi, răi, se poartă autoritar, nervoși (secolul al XVI-lea); buni ostași, veseli în sărăcie, nerușinați, impulsivi, iubitori de noutate (secolul al XVII-lea); recunoscători pentru faptele bune, dar răz bunători când sunt jigniți, curtenitori, amabili, iubitori de străini (secolul al XVIII-lea); nu păstrează amintirea răului mai mult decât pe cea a binelui, se îndrăgostesc repede și uită și mai repede, își iubesc mult țara sau cel puțin vorbesc mult despre ea; sunt capabili de emoții violente și rapide, înțeleg ușor, pricep repede, au instinctul argumentației și vorbirea abundentă, au o curiozitate copilărească (secolul al XIX-lea). În legătură cu educația și instrucția, stereotipurile pun în evidență ignoranța: trăiesc mai mult după legea firii decât după religie (secolul al XVI-lea); aveau preoți ignoranți (secolul al XVII-lea); cu puțină pietate și cucernicie, făcându-și pe tăcute multe cruci și ținând post, inculți, nu se preocupă de învățăturile divine (secolul al XVIII-lea); absența sentimentului religios ce ține de chiar esența ortodoxiei. Lipsa de experiență în organizarea instituțiilor, adică în organizarea culturii, apare în stereotipurile din secolul al XIX-lea: clerul iubește intriga, posibilitatea divorțului dezorganizează familiile și produce o relaxare a moravurilor, literatura e dominată de sentimentul iubirii, se face multă gazetărie, dar, pentru că nu au obișnuință, românii creează multe teorii găunoase. Urmărind evoluția în timp a stereotipurilor, se poate observa o desprindere treptată de natură și trecerea spre cultură a chipului pe care românii îl au în ochii străinilor.

Formele prin care se manifestă spiritul frust al românului sunt: gândirea concretă, spiritul practic, prudența, mândria, omenia.

1.5.1. Gândirea concretă

Relația imediată cu natura a determinat gândirea concretă a românilor, bazată pe percepțiile senzoriale, pe observarea atentă a mediului și a realității înconjurătoare, accentuarea laturii palpabile a existenței, a determinărilor spațio-temporale precise.

Ovidiu Papadima remarca

tendința rurală specifică de a înțelege și a înfățișa lumea în forme concrete. Chiar și pe aceea a revelațiilor transcendente, fără a o nega, prin această convertire a liniilor ei imateriale, ci doar umanizând-o într-atât încât să apară mai aproape (Papadima, 1936/1995, p. 34).

Sau:

E interesant de subliniat același veșnic amestec specific de concret și abstracție, de tragic și de liniște mărunță – în credințele noastre (Papadima, 1936/1995, p. 94).

Autorul își exemplifică afirmațiile prin contaminarea spiritului religios de superstiții puternic ancorate în realitate, prin care se vehiculează însă instrucțiuni de comportament civilizat, sănătos:

Blidele numaidecât seara să le speli, căci peste noapte linchește dracu în ele; De-ți cade bucățica, cer morții, s-o lași, să nu mănânci; Când se face o bortă într-o oală, să n-o ții, că se risipește familia; Să nu muști de unde a mușcat altul, că te muști cu acela și ți-e dușman; Lingurile să nu le lași în strachină, că nu poți să dormi; Când te piepteni, să nu mănânci, că îți mănânci viața; Să nu măтури cu mătura pe pat, că-i huit (Papadima, 1936/1995, p. 40, *passim*).

Aceeași infuzare a spiritualității cu o gândire concretă apare și în concepția despre moarte:

E foarte interesant acest aspect de realism și spiritualitate, în concepția țaranului asupra vieții și a morții. Moartea, pentru acest om, este doar o strămutare în altă lume, omul părăsindu-și numai lutul

pentru un alt trup, mult mai desăvârșit în ușurătatea și puritatea lui aeriană (Papadima, 1936/1995, p. 69).

Lumea cealaltă este

o lume concretă, o lume ce poate fi văzută și chiar pipăită, deși e pe alt tărâm, pe unde omul numai cu gândul poate ajunge (Papadima, 1936/1995, p. 69).

În concluzie :

E un creștinism – dacă vreți, rudimentar, fără prea multe putințe de zboruri în transcendent – dar organic și adânc (Papadima, 1936/1995, p. 29).

Expresiile se bazează deseori pe termeni concreți și pe imagini care frizează senzorialul : „a-și pune capul la contribuție”, „a se da cu capul de pereți”, „a-și pune în cap”, „a se pune cu burta pe carte”, „a băga mâna în foc”, „a-l rupe în bătaie”, „a i se frânge inima”, „a-și da cămașa de pe el”, „om cu scaun la cap”, „a o pune de mămăligă”, „a o băga pe mânecă”, „tobă de carte”, „a-și da cu stângul în dreptul”. Metaforele pun adeseori laolaltă termeni concreți din sfera locuinței și a ființei : „gura sobei”, „piciorul scaunului”, „brațul fotoliului”, „fața de masă”, „gâtul sticlei”, „buza paharului”, „ochiul plitei”. Comparațiile cu un termen concret sunt frecvente, investite cu forță persuasivă : „trage ca un cal”, „se uită ca mîța-n calendar”, „s-a gătit ca o sorcovă”, „arată ca o sperietoare”, „vorbește ca prostu”, „e mare cât o zi de post”, „e greu ca plumbul”, „vorbește ca o moară stricată”, „e alb ca varul”, „e rece ca gheața”, „e tare ca piatra” etc.

O interesantă expresie concretă a spiritului este păcăleala : umorul, gluma, ironia sunt întrupate în fapte. Păcăleala este la români un personaj proverbial.

Consecința gândirii concrete este superficialitatea trăirilor afective, ancorate în evenimentul imediat : românul are emotivitate, nu pasiuni devoratoare, nu are viață interioară, îi lipsesc remușcarea

îndelungată, intimitatea gândului și a sentimentului, viața sa e obiectivă, se revarsă în gesturi și acțiuni. Jocul popular este mai degrabă o etalare a costumului și a calităților fizice (sprinteneala băiatului și grația fetei) și mai puțin o exteriorizare a sentimentului.

1.5.2. Spiritul practic

Ancorarea în concret, în realitatea imediată presupune spirit practic, corespunzător necesităților supraviețuirii zilnice, rezolvării simple și rapide a lucrurilor. Un om cu spirit practic este un om abil, descurcărț, capabil, competent, destoinic, deștept, dibaci, dotat, experimentat, ingenios, iscusit, isteț, încercat, îndemânatic, înzestrat, meșter, practician, pregătit, priceput, valoros, versat, vrednic, orientat, rutinat. El găsește o soluție bună adaptându-se unei situații concrete.

Românul e înainte de toate inteligent. Deșteptăciunea sa e vioaie, suplă, dar mai ales limpede. Nicio umbră de misticism ori de nebulozitate nu-i tulbură funcțiunea exactă a minții sale. Cel care se adaptează are nevoie de reflectare perfect clară, de o luciditate neturburată a condițiilor mediului, îi trebuie o anumită specie de organizare mintală. El n-are nevoie de inteligența aceea bazată pe fantezie, pe plăsmuire imaginativă. N-are nevoie de visuri poetice, de miturile grandioase care falsifică realitatea și o prezintă altfel de cum este. N-are nevoie nici de inteligența abstractă, uscată, prea raționalistă, prea logică, făcută numai din concepte și silogisme, rezultată din exerciții dialectice milenare, așa cum e inteligența evreului. Inteligența românului, în adevăr, nu e nici prea imaginativă, nici prea abstractă. E inteligența imediată, plină de claritate și mai ales de bun-simț. Bergson a definit inteligența parcă pentru uzul nostru când a scris că „l'intelligence, c'est le moyen de se tirer d'affaire”. E ceea ce se cheamă trivial „învârteala”. Nimic monstruos, nimic disproportionat la român. Nicio ieșire deșănțată, ridicolă. Din contră, un spirit critic foarte dezvoltat pe care-l găsim și la țaran, mai ales la țaranul moldovean așa de ironic și așa de filosof în fața

societății și a existenței. O asemenea inteligență exclude mai ales naivitatea. Nimeni nu e mai puțin naiv decât românul. [...] Românul nu e candid niciodată. Luciditatea sa, spiritul său critic, bunul său simț, sentimentul de actualitate nu-i permit. [...] El nu prea visează alături de realitate și e, cum se zice, totdeauna „la pagină”, întotdeauna în contact cu condițiile prezentului. E atent și rareori distrat (Ralea, 1924/1997, pp. 85-86).

1.5.3. Prudența

Prudența este considerată mama tuturor virtuților. Ea presupune pătrunderea esenței lucrurilor, cunoștințe folosite în scopul unei judecăți practice cu efecte în plan personal, atenție, circumspecție, grijă, precauție, prevedere, băgare de seamă, luare-aminte, fereală, pază, priveghere, socotință, veghere, memoria lucrurilor, inteligență, istețime, agerime, iuțeală a minții, grijă la detalii. Un om prudent are capacitatea de a-și controla/inhiba atât emoțiile negative (teamă, disperarea, ură, enervarea etc.), cât și pe cele pozitive (bucuria succesului scontat, nerăbdarea atingerii țintei etc.).

În spațiul românesc prudența pare să fie rezultatul istoriei zbuciumate :

Rasa noastră, care a văzut că munca ei este periodic culcată la pământ de seismica politică, a căpătat prudențe (Călinescu, 1941/1982, p. 975).

Prudențele au dus, printre altele, la forme de expresie materială discrete, sărăcicioase, la lipsă de combativitate, la mefiență.

Românul construiește minuscul, solid și pitit la munte. [...] Îi e frică să atragă atenția aruncând clopotnițe spre cer (*Ibidem*).

Ne-am redus individualitatea și combativitatea la minimum ca să nu irităm inamici prea puternici, ne-am reținut de la orice afirmare de

sine ca să ne putem salva viața. De aceea progresul a întârziat atât. [...] În general românul nu crede în bunătatea oamenilor, n-are o concepție idilică și sentimentală a vieții. Câteodată chiar ideea pe care și-o face despre oameni, atinsă de bănuială, de mefiență, are în ea ceva pesimist. [...] Presupune în cel pe care îl cunoaște mai întâi un dușman și abia după ce se convinge bine îi acordă încrederea și atunci încă niciodată complet (Ralea, 1924/1997, pp. 85-86).

1.5.4. Dorul

Gândirea concretă, spiritul practic și prudența se pare că au distras atenția românului de la lumea interioară a emoțiilor. Preocupat să-i cunoască pe alții, pe sine s-a cunoscut mai puțin. De aceea, el nu își exprimă emoția: fie pentru că trăirea lui interioară este superficială, fie pentru că nu își reprimă emoția din prudență. Dintre emoțiile negative, cel mai adesea își exprimă supărarea (în forme arhaice, jalea și urâtul), un sentiment vag, cu surse și manifestări multiple. Dintre emoțiile pozitive, bucuria este adeseori exprimată prin forme concrete: a petrece, a se veseli. Sentimentul de nuanță specific românilor este însă dorul: polar, implicând și tristețe, și bucurie, aplicat și ființei, și lucrului, el se asociază cu o nedorită distanță spațială. „Mi s-a făcut dor de...” – „Mi-e dor de...” – „Mi-a venit dorul de...”. Este un sentiment atavic, legat de temerile și bucuriile trăite de strămoși în legătură cu spațiul pe care l-au ocupat continuu, fără a-l părăsi, în ciuda amenințărilor. Exprimă dorința de a partaja același spațiu, „de a fi împreună”, „de a fi alături de”: „Insul singur nu e omul întreg, e omul amputat” (Stăniloae, 2001, p. 110). În spiritul colectivismului românesc, dorul exprimă și comuniunea viilor cu morții: fata se duce pe lumea cealaltă cu dorul după băiatul iubit, băiatul poartă și în mormânt dorul iubitei. Forma concretă prin care se manifestă dorul de cei morți este pomenirea lor, adică aducerea lor în spațiul comunității prin

cuvânt și pomană, adică transmiterea unor obiecte ale mortului la alți membrii ai comunității, pentru ca aceștia să-și amintească de el.

1.5.5. Omenia

Varianța românească a generozității, omenia, pare să fie expresia conștiinței de sine a românului ca ființă socială: „om între oameni”, „om de omenie”, „își omeneste oaspeții”, e omenos și se poartă omeneste (adică blând, înțelegător, îngăduitor, cinstit, cuviincios, respectuos, cum se cade, cum se cuvine), îi tratează pe ceilalți cu omenie (adică binevoitor, cu bunăvoință, cinstit, corect). Pentru a fi în rândul oamenilor, omul trebuie să „învețe ce e omenia”, să „știe ce e omenia”, să „dea dovadă de omenie”. Pentru a fi apreciat, omul trebuie „să fie om”, „să fie om la locul lui”, „om la casa lui”. În plus, trebuie „să ne înțelegem ca oamenii”. „Și ne înțelegem, ce Dumnezeu, că oameni suntem.” Opusul omeniei este „porc de câine”, „lepră”, „câine de om”, „jigodie”, adică neom. În spiritul unui colectivism cuprinzător și umanitar, omul își exprimă comuniunea și cu străinul, în forma ospitalității, căci străinul „e și el om”, „e și el un suflet de om”. Ospitalitatea românească, negată de unii călători străini din secolul al XVI-lea, lăudată de alții începând cu secolul al XVI-lea, îmbină în ea un complex de inferioritate (îl tratează pe străin „ca pe un rege, ca pe domni”), dorința de a-și învinge complexe (de a-i arăta celuiilalt că „nici noi nu suntem mai prejos”), interes (ospitalitatea uneori interesată, cu scopul de a câștiga/cumpăra bunăvoința, aprecierea, răsplata celuiilalt), dorința de a-i oferi pribeagului protecție (a-l face să se simtă ca la el acasă).

2. Stilul de a vorbi al românilor

Stilul de a vorbi al românilor reflectă valorile culturale care îi configurează personalitatea.

2.1. *Limba*

Limba română este o limbă neolatină, cu substrat traco-get și superstrat slav, care s-a dezvoltat multe secole (din secolul al IV-lea până în a doua jumătate a secolului al XVIII-lea) izolată față de alte limbi romanice („insulă de latinitate într-o mare slavă”). Astfel, a conservat unele elemente arhaice (de aceea a fost considerată adeseori cea mai autentică sau pură limbă romanică), împărțind cele mai multe trăsături cu romanitatea din cealaltă zonă laterală, din Peninsula Iberică. Structura sa gramaticală este fundamental latină, cu puține elemente slave (incert neutrul, vocativul în -o, câteva desinențe de origine slavă); în schimb, vocabularul are mai multe straturi etimologice, româna păstrând cuvinte din limbile tuturor culturilor cu care a intrat în contact direct sau livresc, deși vocabularul fundamental al limbii este esențialmente romanic.

Reflexul în limbă al eclectismului culturii române îl reprezintă caracterul eterogen al lexicului. Ca și în societate, și în lexic s-a manifestat aceeași capacitate de adaptare la schimbări succesive, prin adoptarea rapidă și mimetică a unor elemente dintr-o nouă limbă și prin renunțarea, la fel de rapidă, la elementele considerate inutile la un moment dat. Diversitatea straturilor etimologice conferă vocabularului limbii române un caracter pitoresc: *groapă, copac, măgar, balaur, barză* (cuvinte din substratul traco-dac); *a ara, boală, boier, ciocan, a citi, a clădi, comoară, drag, hrană, a iubi, muncă, nevastă, plug, a țese* (cuvinte din superstratul slav); *a ademeni, a bănuî, a cheltui, fel, gând, hotar, meșter, neam, oraș, vamă, viclean* (cuvinte de origine

maghiară); *folos, prisos, a lipsi, a părăsi, călimară, pungă, traistă, spital, nostim, plicticos, ieftin, simandicos* (cuvinte de origine neogreacă); *douleac, dud, salcâm, catâr, dulap, tavan, saltea, basma, ciorap, ciorbă, sarma, dulgher, cântar, murdar, șiret* (cuvinte de origine turcă); *balonzaid, crenvurst, pantof, rucsac, șnițel, fraier, șmecher, ștecăr* (cuvinte de origine germană); *baros, căldu, a paradi* (cuvinte de origine țigănească); *armată, bilanț, campion, casier, flaut, locotenent, mitralieră, piață, orgoliu, revistă, spaghetti, speranță, a costa, a sfida, a stima, a studia* (cuvinte de origine italiană); *anchetă, apel, avantaj, bluză, elev, gară, grup, hotel, jurnal, palton, priză, șef, șofer, tablou, tren, vot, egal, gri, important, mondial, simpatic, șic, a ceda, a comanda, a prefera, a servi, vizavi, apropo* (cuvinte de origine franceză); *comitet, cooperativă* (cuvinte de origine rusă); *blugi, feedback, lobby, marketing, mass-media, software, cash, sexy* (cuvinte de origine engleză). Coexistența contrariilor se manifestă în limbă prin existența unor dublete etimologice (*clar, chiar; drept, direct; cărbune, carbon; lapte, lactat*) și a unor serii sinonimice cuprinzând cuvinte de origini diferite: *cuvânt* (lat.), *vorba* (sl.); *arbore* (lat.), *copac* (sl.); *a veni* (lat.), *a sosi* (ngr.); *sigur* (ngr.), *cert* (neologism de origine latină); *graniță* (sl.), *hotar* (maghiar), *frontieră* (fr.); *a ucide* (lat.), *a omori* (sl.), *a asasina* (fr.). Instinctul autoconservării ca formă de adaptare la schimbare, care a funcționat în planul mentalităților, a însemnat în limbă conservarea caracterului său latin, în ciuda influențelor diverse exercitate de idiomuri non-romanice. Odată cu Școala Ardeleană (a doua jumătate a secolului al XVIII-lea) a început reorientarea culturii spre culturile occidentale și relatinizarea limbii române ca urmare a contactelor directe (studii, călătorii) și livrești (traduceri, manuale) cu culturile neolatine. Formele care siluiau „firea limbii” au fost înlocuite cu altele, „în haine latinești”. Școala Ardeleană fost o mișcare politică și culturală conștientă, dirijată de cărturarii români din Transilvania, în numele unității de neam și limbă, al raliei la spiritul limbilor noastre surori.

Evoluția de-a lungul secolelor a limbii române de la latină sub influența unor idiomuri străine, dar și a unor mentalități

diverse a adus unele modificări și în structura gramaticală față de structura limbii latine: marea diversitate a structurilor impersonale (*plouă, trebuie, nu e bine, e frig, mi-e foame, mă doare capul, se pare că, se știe că...* etc.), transformarea *sum pro habeo, habeo pro sum* (*cartea este a elevului – elevul are o carte; el are un dor la inimă – îi este dor*), dezvoltarea a două structuri pasive (*au fost aduse cărțile, s-au adus cărțile*) cu frecvență ridicată în limbă, diversificarea structurilor cu verbe însoțite de reflexiv (*Ion se spală, Ion se gândește, Ion se vaită, Ion și Gheorghe se salută, Ion și-a pierdut stiloul*), specializarea prepoziției *pe*, la origine cu sens locativ, ca marcă a complementului direct uman specific (*L-am văzut pe Ion*), dublarea complementului direct animat specific (*Am văzut fotografia, Am văzut copilul, L-am văzut pe copil*) și a complementului indirect (*I-am spus și lui ce s-a întâmplat*), dezvoltarea structurilor cu dativ posesiv (*Mi-am așteptat copilul la gară*), reorganizarea sistemului politeții în trei trepte (*tu-dumneata-dumneavoastră*) etc.

Formarea limbii literare pe baza românei populare, adică a limbii vorbite, a însemnat fixarea în limbă a unui mare număr de forme fluctuante ca structură gramaticală, a unor paradigme gramaticale cu multe iregularități și excepții, a unor structuri inconsecvente, a unor sensuri relativ imprecise. Activitățile de normare a uzului au tolerat inconsecvențele și au găsit soluții de compromis prin acceptarea în normă a mai multor variante din uz. Acțiunile normative au fost adeseori influențate de conjuncturi politice (reforma lui *î* și *sînt* din 1953, a lui *â* și *sunt* din 1993). Reintroducerea lui *â* și *sunt* în 1993 a fost o schimbare ca scop în sine, operând cu criterii politice și emoționale în domeniul convențiilor justificate științific.

În atitudinea sa față de limbă, cultura română își vedește afinitățile cu Orientul:

Limba aci, în Răsărit, nu e privită ca un simplu material disponibil, asupra căruia să se poată aplica inițiativa individuală; aici limba e privită ca un organism viu și supraindividual, ca un organism mai

larg în care insul se integrează cu firească evlavie [...] Respectul înăscut al răsăriteanului față de grai, privit ca un fapt organic, care-i depășește drepturile de inițiativă, a împiedicat o diferențiere dialectală prea violentă. Abaterile individuale stau în răsăritul nostru sub controlul firesc al unei puteri anonime; ele sunt „păcate” cari nu se pot consuma în slobozenie ca în Apus. Unitatea limbii românești nu e deci o problemă filologică, nici politică, ci o problemă foarte adâncă, de filosofie a culturii și de filosofie a stilurilor de viață. [...] Aci limbile literare s-au născut încetul cu încetul din graiurile populare și-și păstrează necurmat legătura cu această matcă. Aci limbile literare cresc ca niște organisme, fiind și astăzi alimentate din izvoare populare. Între limbă literară și grai popular se va păstra aci totdeauna un fel de osmoză organică. Nu fiindcă limbile literare ar fi mai puțin „gata” decât în Apus, ci fiindcă acesta e duhul stilistic al locului (Blaga, 1936/1985, p. 217).

2.2. Strategiile de comunicare

Strategiile de comunicare reprezintă alegerile discursive pe care le fac vorbitorii în situații concrete de interacțiune pentru a-și atinge scopurile comunicative. Există o diversitate de factori sociali, psihologici și individuali care determină aceste alegeri. Ele se consumă însă toate în spațiul determinat al culturii, deci factorii culturali sunt esențiali sub aspectul disponibilităților pe care le au vorbitorii. Fiecare cultură pune la dispoziția vorbitorilor ei un set particular de opțiuni comunicative. Caracterizările ce urmează se bazează pe prezentările făcute în capitolul III, „Stiluri culturale de comunicare”. Ele sunt detaliate în Andra Vasilescu, *Cum vorbesc românii. Studii de comunicare (inter)culturală*, Editura Universității din București, 2007.

Practicile discursive ale românilor pendulează între cuvânt și tăcere. Tipurile predilecte de discurs sunt discursul public (în fața mulțimii, adică în piața publică sau în Parlament), discursul argumentativ (în instanță), discursul fatic, fleacăreala (de stabilire

și întreținere a contactelor sociale: „vorbim să ne aflăm în treabă”, „să ne treacă timpul”, „să ne facem de lucru”, vorbim chiar și dacă nu avem nimic de zis, „ne băgăm în vorbă”), intriga („a duce vorba de colo-colo”, „a face vorbe”, „a scoate vorbe”, „a umple satul cu vorbe”). Rezultă din enumerarea acestor forme preferate un model monologic de comunicare, în care vorbitorul tinde să monopolizeze cuvântul, pretinzând interlocutorului să îl asculte; această formă de interacțiune verbală apare și în interacțiunea didactică, în ședințele de la locul de muncă, la medic etc. Monologul are de obicei un caracter slab structurat (cu reveniri, paranteze, repetiții, treceri de la o idee la alta, adică bazat pe un limbaj al momentului neprecedat de o planificare atentă). Se preferă comunicarea orală comunicării scrise („facem înțelegeri” verbale și „batem palma” în loc să semnăm contracte), comunicarea directă comunicării mediate (dialogul „ochi în ochi” îl percepem mai eficient decât convorbirea telefonică). Comunicarea este centrată pe vorbitor – important este ca acesta să spună ce are de spus, în forma în care o dorește, iar problema înțelegerii cade exclusiv în sarcina interlocutorului („Înțelegeți ce vreți...”, „Dacă înțelege bine, dacă nu, iarăși bine, eu i-am spus ce aveam de spus...”). Până după 1990 școala nu a promovat programe speciale pentru deprinderea tehnicilor de redactare și de discurs public, abilitățile de scriere și vorbire fiind lăsate în seama talentului și al intuiției.

Construirea semnificației se bazează de obicei pe reguli laxe. În ceea ce privește selecția *tiparului discursiv*, per ansamblu, se poate vorbi despre predominanța tiparului inductiv, deși se întâlnesc și texte structurate pe tiparul deductiv, pe un tipar hibrid (combinând cele două tipuri de bază), sau texte fără vreun tipar anume, în care semnificația se constituie prin acumulare de elemente lăsând implicită concluzia. Înțelegerea mesajului pare să fie o problemă de adaptare la vorbitor. *Progresia tematică* nu este de obicei liniară: pauzele, repetițiile, revenirile, anticipările rup coerența internă a textului. *Gradul de focalizare* a informației este scăzut: temele se tratează superficial, în termeni

vagi, se fac afirmații generale fără a fi detaliate, se presupune existența unei cantități mari de informație împărtășite cu interlocutorul; nu există de obicei o idee centrală formulată explicit, ci mai multe idei neierarhizate, juxtapuse, aflate pe același plan, sau o idee vagă, pe care interlocutorul trebuie să o deducă din context. Uneori intenția comunicativă a interlocutorului este imprecisă, iar scopul – nedeterminat. *Narativizarea* este o formă de punere în scenă în care vorbitorul își asumă rolul de regizor; când povestește, românul insistă asupra cronologiei evenimentelor, a detaliilor picante sau cu semnificație afectivă, introduce pasaje în vorbirea directă (*și el zice, și eu zic, și el zice, și eu zic...*); obiectivitatea este un element secundar, contează punerea în scenă, vizualizarea episoadelor de către interlocutor, precum și transmiterea aprecierilor și a emoțiilor personale. Românul nu relatează sec fapte, ci „mai pune de la el”, „le înfloarește”, „exagerează”, „spune numai ce-i convine”, „povestește din doi în doi”. *Componenta persuasivă* a comunicării nu se află în text, ci în relația dintre interlocutori: șeful își convinge subalternul în virtutea poziției ierarhice, cuvântul specialistului/profesorului/celui mai bătrân este luat „de bun”, fără reflecție critică, părinții își conving adeseori copiii prin autoritarism. Există, în fapt, reguli nescrise pentru cine pe/de cine „ascultă” (adică face cum îi spune acea persoană), cine pe cine poate contrazice. Legea lui „a crede pe cuvânt” îl scutește pe vorbitor să mai argumenteze: „faci cum spun eu, că știu ce spun”, „faci ca mine, că sunt bătrân și-am văzut (mai) multe decât tine”, „ori faci cum spun eu, ori mă lași în pace”, „fă, nu mai comenta” impun un raționament tautologic; „ordinele nu se discută, se execută” impune autoritatea forței, dublată uneori de „a țipa la el”, „a se lua de el”, „a-i face morală/scandal” sau chiar „a-l obrăznic”, „a-l da pe ușă afară”. Argumentul etic (autoritatea persoanei) prevalează, deoarece comunicarea, ca în toate culturile în care distanța față de putere este mare, nu se desfășoară de pe poziții interpersonale, ci de pe poziția de rol; apelul la mit (credințe, superstiții, proverbe, tradiții) este convingător „în sine”, pentru o comunitate pancronică,

ancorată în valorile neamului, vehiculate stereotip prin proverbe și zicători; argumentele emoționale sunt preferate argumentelor logice, acestea din urmă fiind preferate în special de persoanele instruite. Orientarea socioemoțională a indivizilor îi face să fie sensibili în special la argumentele emoționale care reflectă experiențe de grup, trecute sau viitoare, bunele practici ale grupului.

În mod evident, cultura română este o *cultură orală*; primul document scris integral în limba română este din 1521 (*Scrisoarea lui Neacșu din Câmpulung*); majoritatea populației nu a învățat să scrie și să citească până târziu, în secolul al XIX-lea (la înființarea învățământului obligatoriu în limba română); dualitatea spiritului s-a manifestat și prin dualitatea lingvistică (limba scrisă a fost timp de secole limba slavonă, în vreme ce limba conversației curente era româna); traduceri în română au fost târzii (secolul al XVI-lea), corupte de imitarea originalului; în secolul al XIX-lea învățătura era privilegiul elitelor, în timp ce pentru oamenii simpli, a merge la școală era o aspirație și un titlu de glorie. Și astăzi educația este un factor care imprimă un caracter ierarhic relațiilor dintre interlocutori („Sunt de 30 de ani profesor!”, „A făcut școala la Paris!”, „E om cu carte multă...”), dar și sursă de superioritate morală: românii se mândresc cu cultura lor, iar în vorbirea intelectualilor *incult* are o conotație negativă. Uneori se face opoziția, justificată istoric, *om citit, cultivat, deștept – țăran, incult, prost*. Dată fiind esența orală a culturii române, în construirea și decodarea semnificației un rol important îi revine *contextului*. Semnificația se află în context, nu în text. Deseori, pentru interpretarea semnificației interlocutorii detaliază elementele contextului în care s-a produs comunicarea: „și ce a mai spus?”, „și era nervos?”, „cum a spus, exact?”, „tu ce i-ai răspuns?”, „dar nu a întrebat de ce?”. Prin acest mod de a iscodi – aparentă curiozitate –, interlocutorul caută să afle cât mai multe detalii care să-i permită să contextualizeze și să interpreteze mesajul cât mai corect. Elementele nonverbale joacă un rol important, iar intuiția îi ajută pe români să înțeleagă foarte bine semnificațiile transmise implicit.

Cuvântul săteanului este un cuvânt-gest. El exprimă stări sufletești subiective și prea puțin înțelesuri obiective. Pe acestea din urmă săteanul n-are nevoie să le exprime cu tot dinadinsul, deoarece ele sunt prezente în mintea tuturor sătenilor sub formă de credințe, de proverbe; ele circulă în întreg satul ca un avut comun [...]. Între sătenii care își vorbesc în sat stă la mijloc, înlesnindu-le înțelegerea, actualitatea sufletească pe care o dă tradiția. Abia apucă a vorbi unul, că ceilalți au înțeles ce vrea să spună. Ei se cunosc între ei prea bine, iar noutățile satului sunt prea rare. Cu totul altfel, în aglomerațiile mari de populație, în care a slăbit sau chiar a dispărut comunitatea sufletească întreținută prin tradițiile etnicului. Aci, nemaifiind o intimitate de toate zilele între vorbitori, cuvintele ce se schimbă între ei trebuie ca prin proprietățile lor să producă comunitatea de suflet necesară pentru a fi înțelese (Blaga, 1936/1985, p. 81).

Determinarea contextuală a semnificației permite folosirea unui număr mare de elemente deictice (*el, ea, aici, acolo*), elipse recuperate contextual, expresii vagi (*chestia asta, treaba aia, asta*), lăsarea unor enunțuri neterminate, neexprimarea unei semnificații și mutarea ei în spațiul interlocutorilor (*știi tu, nu e nevoie să-ți mai spun eu, știi ce-am vorbit*), enunțuri puțin elaborate și structurate sub aspect gramatical (se preferă adeseori juxtapunerea semnificațiilor, nu ierarhizarea lor prin coordonare), raporturile circumstanțiale dintre enunțuri sunt uneori implicite, redată prin intonații și pauze, nu prin conectori. Nu întâmplător, în stilul informal apare un număr mare de termeni neaoși, comparații și metafore de sorginte populară, proverbe și zicători; este evocat astfel stilul conversațional autentic, românesc.

În *performarea actelor de vorbire* există câteva tendințe generale. Aserțiunile se performează adeseori atenuat, eventual modalizate ca incertitudine, consultare a interlocutorului. Lipsa de asertivitate este, în cultura română, consecința prudenței; atenuarea aserțiunii dă posibilitatea revenirii asupra ei, modificarea fără a fi afectate foarte mult relațiile interpersonale. Prin faptul că impun o obligație interlocutorului, întrebările sunt percepute adeseori ca amenințări la adresa lui („Nu mă mai întreba atâtea”, „Cine e curios moare repede”); de aceea, există situații în care

protocolul de comunicare presupune ca vorbitorii să se abțină de la formularea de întrebări (întrebările prea numeroase puse de elevi profesorului pot fi percepute ca agresiuni; subalternii evită să pună întrebări șefului), eventual să recurgă la reformularea lor ca sugestii, opinii cu structură declarativă și intonație ezitant-descendentă. Directivele, ordinele se dau, de obicei, direct, atenuate la nivel lexical („Închide geamul, te rog frumos/dacă se poate/dacă nu te deranjează”) sau convertite în structuri declarative („Mă gândeam să deschidem geamul”). Promisiunile sunt făcute pentru a fi încălcate; nu apare întotdeauna cu claritate dacă o promisiune este sau nu sinceră: a nu te ține de cuvânt este o practică frecventă, în ciuda prescripției culturale „e frumos/e bine/trebuie să te ții de cuvânt”; „a da plasă cuiva”, „a chiuli”, „a zice că ai uitat” sunt forme de neîndeplinire a promisiunii. Încălcarea promisiunii nu pare să genereze mari probleme sociale, ci doar să-i aducă celui care nu și-a ținut cuvântul eticheta de „neserios”. Forme specifice de întărire a promisiunii și a intenției sincere a vorbitorului sunt „pe cuvântul meu de onoare”, „îți dau/ai cuvântul meu”, „zău”, „jur pe ochii mei/pe copilul meu/pe sfânta cruce”, „să nu-mi ajute Dumnezeu”. Actele de vorbire expresive sunt adeseori enunțuri cu structură exclamativă („Ce frumos!”) sau formule rituale, invocând esențele și ritmurile firii („Să vă dea Dumnezeu sănătate!”, „Să fie într-un ceas bun!”, „Noroc!”, „La mulți ani!”) sau invocând elementul concret („La revedere!”, „S-auzim de bine!”, „Drum bun!”, „Casă de piatră!”). Există o corelație între preferința pentru actele de vorbire indirecte/directe și distanța discursivă, gradul de intimitate: cu cât distanța discursivă dintre interlocutori este mai mare, cu atât tendința de folosire a actelor de vorbire indirecte este mai mare, precum și tendința de intensificare sau atenuare a expresiei; cu cât gradul de intimitate dintre interlocutori este mai mare, cu atât este mai mare libertatea folosirii actelor de vorbire directe, necorupte de atenuatori și intensificatori; folosirea actelor de vorbire indirecte, atenuate sau intensificate în vorbirea dintre persoane cu grad de intimitate ridicat generează implicaturi conversaționale (pedanterie, ironie, glumă etc.).

Maximele cooperării (cantitatea, calitatea, relevanța și maniera) au o maximă supraordonată: maxima prudenței. „Fii prudent!” Prudența comunicativă este legată de posibile consecințe negative în plan evenimential și/sau deteriorarea imaginii publice a unuia dintre interlocutori. Cuvântul este pus deci sub semnul prejudiciilor pe care le poate aduce: „Atenție ce și cum vorbești în lume!”, „Vezi ce și cum îi spui”, „Să nu cumva să spui pe urmă că am zis eu asta!”, „Ești gură spartă, nu stă deloc vorba în tine!”, „Gura bate fundul!”, „Vorbește gura fără ea!”, „Gura o strică!”, „N-ai avut atâta minte să fi tăcut...”, „Gândește-te de două ori înainte să scoți vorba din gură”, „Vorbește mult și prost”, „Spune multe și de toate”, „Și-a dat drumul la gură”. Din perspectiva stilului românesc de comunicare, maximele comunicării sunt exploatate de vorbitori pentru a măsura, a pune în balanță, a cumpăni costurile și beneficiile comunicării. Maxima prudenței se aplică contextual, în funcție de tema de discuție, de interlocutor, de locul comunicării. A da mai puțină informație decât se cere nu este o maximă transcontextuală (cum se întâmplă în unele culturi), ci, în funcție de context, vorbitorul face acest lucru din diverse motive: pentru că vrea să evite consecințele negative ale implicării în subiectul respectiv, pentru că vrea să protejeze o terță persoană, pentru că vrea să protejeze imaginea interlocutorului („Nu mi-a venit să-i spun direct în față”), pentru că este răuvoitor în legătură cu interlocutorul, pentru că reține informație ca expresie a puterii intradiscursive (solicitarea unor informații la ghișee publice). A da mai multă informație decât se cere este adeseori semn de volubilitate, interes comunicativ, ospitalitate (grijă, protecție față de interlocutor). A spune un neadevăr poate însemna „o minciună albă”, o formă de manipulare, o modalitate de a scăpa dintr-o încurcătură protejând atât imaginea publică a vorbitorului, cât și pe cea a interlocutorului. Relevanța este adeseori influențată de gradul de dependență contextuală a mesajului; mesajul pare vag, confuz, deloc la subiect pentru că intenția comunicativă nu este precisă, mesajul se bazează excesiv pe informația contextuală partajată, se face

apel la elemente nonverbale numeroase, iar structura este neelaborată. Maniera de formulare a mesajului este adeseori prolixă din cauza unor fraze ample; confuză, din cauza lipsei unei intenții comunicative clare sau a unui scop precis determinat; neclară, din cauza folosirii unor termeni vagi sau a lipsei de structurare a informației conform unui pattern discursiv. Atât lipsa de relevanță, cât și maniera ambiguă se pot corela cu intenția vorbitorului de a evita răspunsul.

Negocierea se bazează pe reguli interpersonale: „Pentru dumneavoastră e numai 10 lei, că sunteți clientul meu”. Scopul nedeclarat al fiecărui negociator nu este găsirea unei soluții în comun acceptate, ci impunerea propriului punct de vedere: „Ca mine sau deloc”. De aceea, accentul nu cade pe dezbaterea problemei și pe argumentarea ei rațională, ci pe evidențierea avantajelor propriiei soluții. Afectele sunt adeseori implicate în negociere; nesatisfacerea soluției personale antrenează emoții negative. Fiecare dintre negociatori tinde să reitereze punctul său de vedere, repetitiv, ignorând punctul de vedere al celuilalt. Uneori există în negociere lucruri care nu se spun explicit, ci sunt considerate cunoscute de interlocutor sau se dau doar de înțeles; verificarea gradului în care celălalt a înțeles punctul de vedere propriu se face rareori, fiind interpretată de interlocutor ca aluzie la incapacitatea sa de a înțelege („Lasă c-am înțeles eu foarte bine, că nu-s prost, nu-mi spune tu mie”). Spiritul frust se reflectă în negociere prin afirmații directe: „Nu e bine cum vrei tu”, „Nu ai dreptate”, „Nu îmi convine”, „Așa nu-i drept”. Negocierea este deseori influențată de relațiile dintre interlocutori (diferențele de statut constituie un argument etic puternic). Insistența pe divergență, repetitivitatea, implicarea afectelor, exagerarea beneficiilor personale, ignorarea soluției celuilalt, toate acestea apropie negocierea de conflictul verbal: „Până la urmă ajungeți să vă și bateți...”. Este posibil ca lungi pledoarii în favoarea soluției personale, discursuri paralele, digresiuni să nu finalizeze negocierea și să ducă la încheierea negocierii fără nicio soluție: „Mai vedem, mă mai gândesc”, „Lăsăm pe mâine”. Eșecul negocierii poate fi semnalizat prin exprimarea unei emoții negative

indefinite: „M-am supărat, nu mai vreau și gata”. Eșecul în rezolvarea problemei din cauza prevalării emoției negative este surprins în zicala „S-a supărat ca văcarul pe sat”.

În negocierea accesului la cuvânt *inițiativa verbală* aparține, în relațiile ierarhice, superiorului, care introduce, întrerupe, schimbă tema, decide încheierea schimbului verbal; se presupune că inferiorul trebuie să reacționeze la intervențiile superiorului. Când, din diverse motive, inferiorul are inițiativa verbală, el recurge la presecvențe, prin care se scuză pentru perturbarea regulilor de dialog („Mă scuzați că vă deranjez, aș vrea să vă rog ceva”) sau prin care cere cuvântul („Aș putea să vă spun ceva?”). Între egali, inițiativa verbală este liberă. Oamenii care au inițiativă verbală sunt considerați inteligenți, simpatici, „ai ce vorbi cu ei”; cei lipsiți de inițiativă verbală sunt considerați „prostuți”, „timizi”. Lipsa inițiativei verbale poate fi interpretată și ca lipsă a interesului comunicativ, plictiseală, lipsă de cunoștințe în domeniul temei de discuție.

Accesul la cuvânt este controlat de reguli de statut: inferiorul poate întrerupe, reglează lungimea replicilor participanților; replica sa este respectată de interlocutor, fără a fi întreruptă. Prescripția culturală explicită este „Nu e frumos să întrerupi”. Cu toate acestea, între egali, accesul la cuvânt este liber. Replicile sunt cel mai adesea scurte; există multe suprapuneri și întreruperi, considerate formă de coparticipare interesată la discuție. Suprapunerile sunt relativ lungi. Uneori între replica vorbitorului curent și cea a interlocutorului există o pauză extrem de scurtă, astfel încât cele două replici apar ca sudate. Tempoul vorbirii este mai rapid în Muntenia și Moldova, mai lent în Transilvania. Oamenii vorbesc mult, animat și relativ tare, deși prescripția culturală este „Nu-i frumos să vorbești tare”. Vorbitul tare este apreciat ca „vulgar”, adică popular, vorbitul calm și cu voce mai joasă este considerat distins, stilat, propriu omului educat. Persoanele vorbărețe sunt percepute ca volubile, simpatice, „de lume” („Dragostea din ce-i făcută?/ Din ochi dulci și vorbă

multă”); taciturnii sunt percepuți ca „ascunși”, „morocănoși”, „urâcioși” („Urâtul din ce-i făcut?/ Din omul care-i tăcut”). Volubilitatea se corelează cu strategii ale politeții pozitive și apare între egali; atitudinea verbală reținută se corelează cu strategiile politeții negative și este frecventă în relațiile ierarhice. Intenția de a păstra cuvântul se marchează de obicei prin elemente paraverbale (ridicarea tonului, viteza vorbirii, vorbirea simultană cu interlocutorul); marcarea explicită de a păstra cuvântul („lăsați-mă să termin”, „ascultați-mă puțin”, „un lucru vă mai spun și am terminat”) este o formă emfatică de exprimare a intenției discursive (datorită caracterului său explicit, direct) și prin aceasta generează implicaturi conversaționale care includ un reproș, o contestare la adresa interlocutorului sau o emoție negativă (iritarea de a fi fost întrerupt).

Semnalele de recepție din română sunt extrem de variate sub aspectul structurii și al semnificației vehiculate: unele sunt vide semantic (*îhm*, *aha*, *așa*), altele sunt expresii concentrate ale unor emoții sau impulsuri voliționale (*oo!*, *a...*, *a*, *vai!*, *la naiba!*), altele sunt expresii ale atitudinii ascultătorului față de interlocutor (acord, empatizare cu acesta: *firește!*, *bineînțeles!*, *sigur!*). Semnalul de recepție *da* este un stereotip verbal, care poate să nu semnifice neapărat acordul real cu vorbitorul. În principiu, un număr mare de elemente pot funcționa contextual ca semnale de recepție, iar același semnal se încarcă funcțional, din context, cu semnificații variate, marcate prin intonație. Frecvente sunt semnalele de recepție nonverbale. Funcționarea semnalelor de recepție este reglată de principiul politeții: când se adoptă strategii ale politeții deferente în raport cu un superior, semnalele de recepție sunt, în general, nonverbale, pentru a se evita întreruperea vorbirii superiorului; când relațiile dintre vorbitori sunt de egalitate, atunci semnalele de recepție sunt frecvente, plasate de obicei spre sfârșitul replicii vorbitorului curent. Semnalele de recepție pot fi emfaticizate prin mimică și gesturi, prin repetiție (*da-da-da*), prin marcarea intonațională suplimentară. Uneori ele sunt integrate în perechea de adiacență printr-un conector specific (*păi*).

În cadrul interacțiunii, accentul cade nu pe rezolvarea problemei, ci pe negocierea *relațiilor interpersonale*. Conservarea imaginii publice reciproce este scopul ambilor interlocutori, astfel încât aceștia se concentrează mai puțin asupra tehnicilor de transmitere eficientă a informațiilor și mai mult asupra tehnicilor de construire a imaginii personale, de menținere sau flatare a imaginii interlocutorului: „Tonul face muzica”. Astfel se explică preferința pentru acte de vorbire indirecte („Bate șaua să priceapă iapa”, „Spune pe ocolite”, „O ia pe departe”), frecvența atenuatorilor și a intensificatorilor de expresie, amplificarea intervenției cu presecvențe (*sper să nu te superi, să nu mi-o iei în nume de rău, ureau să înțelegi bine ce spun*), cuvinte de umplutură, precum și fenomene ca ezitări, false începuturi, pauze strategice, semnale de recepție marcând falsul acord (*da, sigur, de acord, evident*), empatizarea cu vorbitorul, zâmbetul folosit ca mască a dezacordului sau a afectelor negative. Expresii ca „Nu așa se vorbește”, „Nu știe să vorbească” se referă tocmai la inabilitatea vorbitorului de a construi relația interpersonală, în timp ce expresii ca „Să văd cum îl iau să-l conving” reflectă preocuparea vorbitorului pentru relație, nu pentru dezbateră lucidă a problemei. În narativizări conținând relatarea unui dialog cu interlocutorul, apar deseori comentarii ale vorbitorului de tipul *să vezi ce simpatic a fost, m-a enervat foarte tare, era prost dispus, n-am înțeles nimic de la el*, reflectând încărcătura emoțională pe care vorbitorul o atașează interacțiunii evocate (simpatie, enervare, disconfort, frustrare). Uneori, apelative desemantizate în diferite grade sintetizează relațiile dintre interlocutori: *fată!*, *gagiule* (intimitate exprimată argotic), *dom'le* (nemulțumirea), *drăguță* (superioritatea de vârstă sau ierarhică), *duduie* (distanța politicoasă), *domnișorică* (simpatia), *iubită doamnă* (aprecierea, respectul), *băi* (intimitate informală) etc. Intonația și elementele nonverbale joacă un rol important în negocierea relației interpersonale, iar strategiile politetii negative sau pozitive se plasează în special la nivel lexical.

Comunicarea fatică are un rol important în cultura română. Socializarea, întreținerea canalelor de comunicare deschise se

realizează prin flecăreală, bârfă, gargară, șuetă. În spațiile publice, necunoscuții intră ușor în vorbă (la coadă, la policlinică, în stația de autobuz, în tren), abordând superficial teme impuse de situația de comunicare (sănătate, orarul autobuzelor) sau generale, legate de vreme, politică, familie; temele sunt, de obicei, abordate superficial și conțin supraordonate acte de vorbire de tipul sfaturi, atenționări, nemulțumiri legate de aspecte variate ale vieții sociale. Ca secvențe introductive în cadrul dialogului, secvențele factice sunt reduse, uneori pot lipsi, datorită sentimentului comunitar existent între vorbitori și datorită poziției de rol care predetermină interacțiunea.

În ce privește *deschiderea comunicativă* și *intimitatea discursivă*, cultura română se plasează între culturile individualiste și cele colectiviste. Reticența comunicativă cu străinii sau ospitalitatea față de ei este reglată de intuiție: românul îl măsoară pe străin „din cap până în picioare” pentru a decide dacă este „om rău” sau „om bun”. Aceasta face ca interacțiunea cu străinii să se desfășoare mai degrabă de pe poziții interpersonale. În schimb, comunicarea cu membrii grupului se face de pe poziții de rol, iar rolul social este cel care dictează gradul de deschidere comunicativă: față de superiori există o relativă închidere comunicativă, în schimb cu egalii gradul de intimitate este mai mare; autodezvăluirea poate fi folosită pentru a obține milă, favoruri de la superiori; vechimea relației modelează gradul de intimitate („Ne cunoaștem de-o viață, și cu rele, și cu bune”).

Politețea și impolitețea comunicativă sunt reglate prin relațiile de rol. Asimetria relației de comunicare impune un grad crescut de politețe, în timp ce simetria relației poate antrena renunțarea la unele mărci ale politeții, care rămân implicite, sau poate atrage, prin antifrază, folosirea unor mărci ale impoliteții. Ierarhia favorizează selecția unor mărci ale politeții negative, în timp ce egalitatea percepută între interlocutori induce orientarea mai degrabă spre mărci ale politeții pozitive. Marcarea relației dintre interlocutori se face prin apelative specializate. Nu există însă

scripturi rigide ale politetii în cultura română, ele putând fi negociate de interlocutori în funcție de situația de comunicare.

Empatizarea cu interlocutorul este direct proporțională cu gradul de intimitate discursivă. În relațiile instituționale, în cele cu străinii sau cu membri ai grupului puțin cunoscuți, vorbitorul tinde să empatizeze puțin și superficial. Relațiile bazate pe intimitate presupun afecțiune și obligații ce decurg de aici; expresiile empatizării nu sunt multe, de obicei succinte (*înțeleg, te înțeleg, cred, sigur-sigur, vai*), rolul principal revenind elementelor paraverbale și nonverbale (de pildă, confesiunea tristă a vorbitorului îl poate determina pe interlocutor să plângă; bucuria vorbitorului se manifestă la ascultător prin mimica bunei dispoziții și prin râs; exprimarea nemulțumirii de către vorbitor poate determina la interlocutor o mimică a nemulțumirii). Adeseori, empatizarea se realizează prin manifestarea interesului față de temă (*și?, și ce altceva?*), prin completarea ideilor vorbitorului cu mărturii suplimentare ale interlocutorului în același sens, ca formă de sprijin comunicativ.

În planul *emoțiilor*, cultura română se manifestă prin „vag emoțional”, în sensul că indivizii își analizează puțin emoțiile, le exteriorizează superficial și imprecis, trăiesc emoții de nuanță (dor, supărare, bucurie), de obicei de scurtă durată și fluctuante. În schimb, joacă un rol crescut în cizelarea relațiilor interpersonale. Emoția de grup prevalează asupra emoției individuale. Românii tind să-și exteriorizeze în special emoțiile negative (nemulțumire, indignare, frustrare, dispreț), în timp ce emoțiile pozitive sunt exprimate mai superficial și mai succint. Mărcile discursive ale emoției sunt preponderent nonverbale și paraverbale. Există două structuri sintactice tipice pentru exprimarea emoției, în care experimentatorul nu apare ca subiect sintactic, ci în poziția de complement direct sau indirect: *Mă înspăimântă, Mă enervează, Mă stresează, Mă plictisește, Mă bucură, Mă uimește* și *Mi-e dor, Mi-e urât, Mi-e frică, Mi-e teamă, Mi-e lene, Mi-e drag de/să* (cu realizarea eliptică *mi-e – Mi-e să nu zică ceva*) sau *Îmi pare bine, îmi pare rău*. Interesantă este raportarea la emoție

prin intermediul altui agent declanșator (*Mă enervează* înseamnă „El face ca eu să mă enervez”) sau la un agent indeterminat (*Mi-e frică* înseamnă „Există starea de frică la care mă raportează”). Transferarea răspunderii pentru declanșarea emoției unui agent extern este explicită în structuri de tipul *Turcii au adus cu ei multă jale în Țara Românească* sau *Mă faci să-mi fie frică/să regret/să plâng*. Există numeroase expresii prin care emoțiile capătă un suport concret de expresie („a-și ieși din pepeni”, „a-și bate joc”, „a se da cu capul de pereți”, „a-și aprinde paie în cap”, „a se bate cu pumnii în piept”, „a-și smulge părul din cap”, „a se zborși la cineva”, „a sări în sus de bucurie”, „a sta ascuns de frică”, „a-i fi drag ca sarea în ochi”) și de gradare („a-i fi drag ca lumina ochilor”, „a face pe el de frică”, „a muri de frică”). Adeseori inechitatea (în relațiile sociale și individuale) este sursa emoțiilor negative („Eu nu mă port așa cu el”, „Nu meritam asta”), în timp ce realizările/beneficiile personale concrete și de circumstanță par să fie sursa frecventă a emoțiilor pozitive.

Pe axa consens – conflict, în linii generale, cultura română este *consensuală*, caută restabilirea echilibrului prin conflicte superficiale, de scurtă durată. Conflictele sunt orientate în special spre relație, mai puțin spre probleme. Se realizează mai ales ca atacuri la imaginea publică a interlocutorului și au o mare încărcătură emoțională, care face ca expresia să fie directă, frustă. Antifraza este o strategie frecventă, prin care cuvintele spun exact opusul a ceea ce se intenționează să se transmită (ironizarea, folosirea apelativelor de intimitate în locul celor de distanțare, evocarea unei situații potențiale antitetice – *Și eu nu te-am ajutat, nu?; Tu n-ai nicio vină, deci?; Așa sunt eu, mai prost; Sunt eu nebun, atunci*). Dintre stilurile de conflict, cele mai frecvente, adoptate în funcție de context, sunt: evitarea conflictului (de obicei, în situații asimetrice de comunicare, cel aflat în poziție de inferioritate evită angajarea în conflict: „Nu mă pun cu el”), dominarea (se întâlnește, de obicei, în relațiile dintre egali: „Care pe care”), exprimarea emoțională (prezentă atât în situațiile simetrice, cât și în cele asimetrice de comunicare,

ca formă de evaluare afectivă a problemei și a situației), solicitarea unui mediator (acesta este adeseori luat ca martor – „Spune și tu dacă n-am eu dreptate!”, fiind mai degrabă refuzată implicarea lui efectivă în conflict – „Vezi-ți de treaba ta, nu te băga!”).

Atitudinile comunicative cele mai frecvente par să fie prudența comunicativă în relație cu străinii sau cu membrii grupului percepuți la distanță față de vorbitor, sfătoșenia, adică tendința de a da sfaturi bazate pe cunoștințele și experiența personală și apetența pentru detaliu („Ascultă-mă ce-ți spun eu, că am trecut prin asta”, „Am auzit eu că se răcește vremea, așa că du-te și culege merele”), lăudăroșenia (ca dorință de mascare a complexului de inferioritate și de creare a unei imagini publice pozitive).

Elementele paraverbale joacă un rol important. Viteza vorbirii este un element distinctiv între graiurile din Transilvania (se vorbește mai lent) și cele din Muntenia și Moldova (se vorbește mai repede). Sunt sancționate atât lentoarea excesivă („Nici îi pute, nici miroase”, „Doarme pe el”), cât și precipitarea extremă („E repezită”, „Se agită”). Animizitatea verbală transmite indirect informații legate de interesul comunicativ al interlocutorilor, relațiile ierarhice, temperamentul persoanei, gradul de stres. Animizitatea verbală este interpretată ca deschidere comunicativă, în timp ce tonul egal, ca reticență comunicativă. Intonațiile joacă un rol important în transmiterea semnificației: interpretarea contextuală a intonației dă indicii în legătură cu sensul intenționat de vorbitor. Tot prin elemente paraverbale se transmit și emoțiile (oftatul, râsul, sunete nazale cu diverse intonații exprimând uimirea, dezaprobarea, curiozitatea, nemulțumirea).

Elementele nonverbale însoțesc comunicarea și frecvent o substituie. Se spune că „se înțeleg din ochi”.

Și ei sunt „muți”, cum s-a observat a fi Sadoveanu, în sensul că n-au o expresie subiectivă a experienței lor. Comunicarea cu lumea se face în proverbe ce condensează o înțelepciune stereotipă, atât de controlată prin vechimea rasei, încât contribuția individuală este

neglijabilă. Mușeniei îi corespunde ritualitatea (Călinescu, 1941/1982, p. 976).

Regulile privind vestimentația sunt destul de generale și vagi (la evenimente importante „trebuie să te duci frumos îmbrăcat”, cu costum și cravată, cu o rochie „bună”), legate de locul în care are loc comunicarea (la școală nu te îmbraci ca la teatru, la mort nu te duci gătit ca la bal), de reguli generale ale decenței în societate (nu umbli murdar, rupt, șleampăt) și de stereotipuri de statut (pozițiile sociale înalte presupun o vestimentație de calitate, în timp ce oamenii simpli se presupune că sunt simpli și în vestimentație); uniforma este respectată (cea militară, sutana, halatul doctorului), ca semn al unui rol social care conferă autoritate. Distanțele de interacțiune sunt în general mici, cultura română fiind o cultură „a atingerii, a contactului”; aglomerația este tolerată, totuși gradul de intimitate dintre interlocutori modelează distanțele mai mari sau mai mici de interacțiune. Românii au o punctualitate moderată („sfertul academic” imitat după francezi); ei pretind punctualitate și o apreciază, deși uneori întârzie cu măsură (cerându-și scuze și invocând situații personale și sociale limită, exterioare, necontrolate de vorbitor: o problemă în familie, „nu a sunat ceasul”, „a fost un accident”, „a fost drumul înzăpezit”).

Exerciții. Aplicații

1. Spuneți-vă părerea în legătură cu valorile culturii române, așa cum apar ele prezentate în acest capitol.
2. Citiți opiniile despre cultura română exprimate de: Dimitrie Gusti, Simion Mehedinți, Mihai Ralea, Tr. Brăiloiu, N. Petrescu, Lucian Blaga, Nichifor Crainic, Dumitru Stăniloae, Mircea Eliade, Nicolae Iorga, Garabet Ibrăileanu, Mihail Sadoveanu, Ovid Densusianu, Eugen Lovinescu, Vasile Pârvan, Ion Pillat,

Tudor Vianu, Dan Botta, C. Petrescu. Realizați o sinteză pe baza opiniilor prezentate de aceștia.

3. Folosind informațiile din acest capitol, încercați să corelați valorile culturale ale românilor cu elementele care configurează în mod specific stilul lor de a vorbi. Completați următorul tabel:

VALORI CULTURALE		STIL COMUNICATIV
Eclectism	Mimetismul	
	Dualitatea	
	Coexistența contrariilor	
	Pitorescul	
Adaptare	Instinctul autoconservării	
	Fluctuația	
	Schimbarea ca scop în sine	
	Soluția de moment	
	Ambivalența	
	Compromisul și nuanța	
	Asumarea lucidă a legilor firii	
	Măsura	
Neamul	Frica de Dumnezeu	
	Rudele	
	Frăția	
	Vecinul	
	Vatra satului	
	Neamul românesc	
Cu frica lui Dumnezeu	Neam de neam	
Spiritul frust	Gândirea concretă	
	Spiritul practic	
	Prudența	
	Dorul	
	Omenia	

4. Completați tabelul următor pentru a ilustra valorile specifice culturii române cu proverbe, zicători, expresii specifice:

VALORI CULTURALE		STIL COMUNICATIV
Eclectism	Mimetismul	
	Dualitatea	
	Coexistența contrariilor	
	Pitorescul	
Adaptare	Instinctul autoconservării	
	Fluctuația	
	Schimbarea ca scop în sine	
	Soluția de moment	
	Ambivalența	
	Compromisul și nuanța	
	Asumarea lucidă a legilor firii	
	Măsura	
Neamul	Frica de Dumnezeu	
	Rudele	
	Frăția	
	Vecinul	
	Vatra satului	
	Neamul românesc	
Cu frica lui Dumnezeu	Neam de neam	
Spiritul frust	Gândirea concretă	
	Spiritul practic	
	Prudența	
	Dorul	
	Omenia	

5. Observați textele următoare¹ și, pe baza lor, extrageți elemente particulare ale stilului comunicativ românesc în interacțiunile dintre cetățeni și funcționarii publici.

LA JUDECĂTORIE

Situația de comunicare

Data înregistrării: 15.03.2001

Locul înregistrării: Judecătoria, biroul judecătorului de serviciu

Participanții:

A: m., cca 30 de ani, judecătorul de serviciu

B: f., cca 30 de ani, solicitant

C: m., cca 45 de ani, solicitant

D: m., cca 50 de ani, solicitant

Observații: numai A a știut că se înregistrează

Autorul înregistrării: CIP

Autorul transcrierii: CIP

B: bună ziua

A: bună ziua ↓ o persoană vă rog. <_ CÂTE-O per[soană]>

B: [suntem împreună.

A: dacă sunteți împreună ↑ vă ascult.

B: domnu judecător ↓ avem o problemă ↑ ă: dînsa: ă: are transformare în legea /obzejdoi/ ↑ și am depus î: reexaminarea ↓ astăzi.

A: așa.

B: ă: este nevoie să-i angajez avocat? pentru că ↑

A: da'dumneavoastră CINE sunteți.

B: sunt# rudă cu ea.

A: așa ↓ și dînsa nu poate vorbi singură?

B: ȳe# <_ nu prea>

A: nu ↑

B: nu se prea descurcă ↓ <_ nu știu ce să mai spun.>

A: <_ da da> eu știu ce să vă spun? <_R dumneavoastră hotărâți dacă vă trebuie avocat sau nu>

B: aș putea să intru cu ea? dumneavoastră CE [ziceți

A: [dumneavoastră NU

B: nu pot ↓

A: pentru că nu aveți niciun fel de caliTATE

B: da.

A: nu.

B: că:

A: numai contravenienta.

B: deci numai contravenienta. pentru că am depus ea mun- ea muncește efectiv la /adepe/ ↑ și: transformările astea vedeți au fost scăPATE la început.

A: da. deci dumneavoastră NU aveți calitatea să vorbiți ↑# dacă doamna dorește să-și angajeze apărător ↑# își poate angaja apărător.

B: cică-i prea în scurt. cu cine am vorbit ↓ că n-are# acces la dosare ↑ și e prea scurt și-

A: <_R nu știu.>

B: tare mi-e frică să ajungă la# la pușcărie.

A: nu știu. urmează să vedem.# să intre cineva vă rog.

B: da.

[...]

A: da ↑

C: <_R bună ziua.> ă:: <_R fiți amabil> am:: mâine o:: înfățișare::

A: așa ↑

C: în legătură cu partaju: rezolvat

A: aș[a ↑

C: [amabil ↓

A: da ↑

1. Textele au fost reproduse din volumul Liliana Ionescu Ruxăndoiu (coord.), *Interacțiunea verbală în limba română. Corpus și tipologie*, Editura Universității din București, 2002.

C: și:: ă <_R trebuie să duc această tranzacție> sau:: î:
 A: nu trebuie s-o duceți ↓ dacă ați închi- dacă o încheiați
 o DUceți. dacă nu încheiați tranzacția ↓ n-o DUceți.
 C: <_R deci e încheiată tranzacția ↓ va fi semnată de: amândoi↓>
 A: da ↑
 C: mai trebui vrun TIMbru ceva ↑ [mai::
 A: [nu:
 C: asta-i tot [ce se:
 A: [nu se timbrează [suplimentar
 C: [da
 +A: cererea de tra- cererea!
 C: da [v-am
 A: [încheierea tranzacției.
 C: da ↓ da ↓
 A: NU. AMbele părți prezente personal cu buletinul
 mână↑
 C: da ↓
 A: [în sală și-a
 C: [și să (xxx)
 ((ușa scârțâie))
 C: da.
 A: aceasta este ↓
 C: <_R da da da. mulțumesc mult [de tot>
 A: [finalizarea dosarului.
 C: [da.
 [...]
 D: ((tace))
 A: spuneți CE doriți cu cererea asta.
 D: asta: am avut MIERcurea trecută <_R uitați am avut
 procesul> ↓ și a zis domnu:: președinte
 A: da ↑
 D: a zis martoru.<_{I/R} de ce MARTor în loc de mine n-am
 zic nu știu zic strada și numărul [și am acasă>
 A: [și v-a spus să-l indicați ↓ da?
 D: [da [ca să'

+A: [deci vă rog faceți cererea cum trebuie ↓ subsem-
 NATUL
 D: [<_R așa așa>
 A: cum vă numiți ↓ în calitate DE ↓ <_R pârât reclamant ce
 sunteți> ↓ # depun la dosarul NUMĂRU ↑
 D: da:
 A: numele și adresa MARTorului încuviințat în data DE. nu
 așa. subsemnatul ↑ și pârât ↓ numele adresa. nu merge.
 B: deci# <_R cum am vrut și eu ↓>
 A: scrieți aici pe larg pe LARG domnule președinte ↓
 subsemnatul <_R în calitate de ce sunteți dumneavoastră
 acolo> ↓ depun la dosar lista cu martorul ↓ LISTA
 adresa și# numele mar[torului
 B: [a cui ↓ a mea.
 A: nu: DA și adresa dumneavoastră <_R da' scrieți adresa și
 numele MARTorului>
 B: da ↓ da ↓ da ↓
 A: să arătați acolo despre ce e vorba.
 B: da ↓ da ↓ da ↓

LA SECȚIA DE POLIȚIE

Situația de comunicare

Data înregistrării: 21.03.2001

Locul înregistrării: o secție de Poliție

Participanții:

A: m., cca 28 de ani, plutonier

B: f., 60 de ani, reclamantă

C: f., 23 de ani, fiica reclamantei

D: m., cca 70 de ani, pârât

E: f., 25 de ani

Observații: numai E a știut că se înregistrează

Autorul înregistrării: NIC

Autorul transcrierii: CIP

A : [acuma : a :cuma :

D : [(xxx)

A : î : două posibilități. v-a₁ vi le-a spus și dânsu. acceptați

D : la început [am spus

A : [deci a :vând în vedere faptu₁ <_R că așa făceam și cu cei cu pământu> au apucat deja să-și pună pământurile lor ↓ <_R DAR au căzut la_nțelegere_ntre ei <_{IM} da' domle având în vedere că deja ți-ai pus_[acuma>>

D : [da

A : <_{IM} partea_as[ta>

D : [da

+A : <_{R/IM} și nu mai poți să pui nimic ↓ ia tu recolta.>

D : da

B : e [proprietatea noastră

A : [așa ↓ înțelegeți ↑

+B : [<_p și n-aveți ce să căutați>

A : [deci eu știu da' ↓ mă ascultați ↑ eu știu că e proprietatea_dumneavoastră

B : <_p ei nu :>

A : deci mă ascultați un pic ↑ eu vă eu vă spun că ASTA este conflictu ↓ de fapt.

D : da.

A : deci c cu ce e-n legătură_cu cu pământu_ăla. că pământu e_al dumneavoastră ↓ asta-i clar.

E : <_p păi [da.>

A : [<_R dânsii n-au nicio pretenție asupra pământu[lui>

D : [da.

A : <_R au greșit și și-au recunos[cut greșeala>

B : [numai :: păi (xxx)

A : <_R acum având în vedere bunu[rile.>

D : [da' am recunoscut-o de la început dacă (xx[x)

A : [deci acum având în vedere bunurile.

D : [da

A : [deci oriunde₁ și dacă eu mă duc într-o clădire și am investit ceva în ea ↓ ă proprietaru ↓ poate fi obligat₁ <_R deci chiar dacă e propri[etar>=

D : = [<_p să-l despăgubești cu ceva>

A : e obligat să-l despăgubești pe celălalt.# o : mică parte ↓ având în vedere cât a invest[it

B : [da' ↓ dacă am fost de acord când a venit să investească ↓ da' dacă n-am fost [s-a băgat

A : [nu există de acord pentru că₁ <_R deci când apar din cauza erorilor astea : [de :: măsurători>

D : [da da da da

B : nu e eroare ↓ el știa.

A : da' N-AVEți nicio graniță doamnă ↓ nu a[veți pari ↓

B : [CUM SĂ nu.

A : nu aveți nimica

B : CUM să nu.

A : deci v-a stabilit domnu' primar.

D : a :cuma s-a stabilit

B : și știa

C : [și știa dinainte

A : [ați făcut dumneavoastră măsură[toarea?

B : [da da' de CE n-a venit ↓ CUM [să nu ↓

A : [dacă ați făcut măsurătoarea UNDE ați pus [limita

B : [scrie-n act.

A : ați pus [limită?

B : [scrie-n act.

A : <_R nu scrie-n act ↓ că_acolo scrie doamnă>#

B : păi da' (xxx)

A : <_R acolo scrie-n metri da' nu dumneavoastră ↓ da' nu faceți decât_în urma unei măsurători se stabili[ște o_limită>

B : [eu nu mai zic nimica lă[sați.

A : [să aveți un :: un punct de reper. ați avut vrun punct de reper?

DISCUȚIE CU UN FUNCȚIONAR DE LA „ELECTRICA”

Situția de comunicare

Data înregistrării: 08.08.2001

Locul înregistrării: București, sediul S.C. ELECTRICA – Ilfov

Participanții:

A: f., cca 35 de ani, funcționar la S.C. ELECTRICA – Ilfov

B: f., 25 de ani, reprezentant al unei societăți comerciale

Observații: numai B a știut că se înregistrează

Autorul înregistrării: MI

Autorul transcrierii: MI

A: [...] ##

B: # din cauza ASTA plătim estimat MARE↓ #

A: <_f deci grija dumneaVOAstră:↓> da:↓ DECI estiMATu↓
care este cel mai mare↓ consumul la: #

B: da↓

A: a: cât a fost? ((privind pe factura întinsă de A)) opta:
doișpe milioane plus două milioane virgulă: cinșpe
milioa:ne: și ceva↓ a: s-a făcut la valorile acestea↓ din
anexa șase↓ DA: ↑de aceea↓ aceste valori trebuie să
fie cât_mai_aproape_de_realitate↓ DEci↑ dacă: dumnea-
voastră spuneți mult↑ plătiți mult în avans↑ # <_R asta
este situația. > DE[ci↑

B: [<_j /ochei/>↓

A: <_p în total↓ <_R nu trebuie să fie grija noastră↓ noi vă
sugeră:m> ca:m↑# ⊥ de-aia vă și întrebăm↑

B: da↓ da.

A: cam CARE-ar fi consumul

B: da↓ da↓ da↓ păi eu nu știu↑ c-am văzut azi pe
factură: ↑A: (xxx) un contract nu se face↓ și se <_o uită de el așa >
și: în general↑ î: grija ă: față de: acest contract↓ șide toate anexele lui↓ sau lipsa de grijă↓ se va reflecta
în: niște plăți↓ ă: mai mari↓ # # din această cauză:↑
anexa ACEAsta↓ e mult mai MICă↓# la puteri. da?

B: da↓ da↓ da↓

A: ca atare:↑ ă:↑ estimatul dumneavoastră↑ va fi mai mic
de acum încolo:↑ ă: această SUMă↑ trebuie s-o plățiți
inteGRAL↓

B: da.↓

A: și:↑ ă:↑ fiind destul de Mare:↓ # ă: la factura urmă-
toare va fi i: # deci veți avea un cont (xxx) pe <_i
probabil factura următoare va fi pe minus >↓ mă-nțe-
LEgeți?

B: <J îhî> (xxx)

A: (xxx)

6. Observați textele următoare și, pe baza lor, extrageți
elemente particulare ale stilului comunicativ românesc
în interacțiunile de tipul „La magazin”.

LA FARMACIE

Situția de comunicare

Data înregistrării: 27.09.2001

Locul înregistrării: o farmacie din București

Participanții:

A: 23 de ani, studentă, clientă

B: cca 35 de ani; vânzătoare

Observații: numai A a știut că se înregistrează

Autorul înregistrării: DS

Autorul transcrierii: DS

A: <_R bună ziua. fiți amabilă↓ aveți cumva> loțiune
gerovital↑ pentru regenerarea părului.
((B clatină din cap))

A: nu↓ atunci ulei de ricin↑

((B aduce o sticlă))

A: așa și:: dacă aveți cumva tifon. ((uitându-se la sticlă cu ulei)) [nu aveți:↑

B: [comprese sterile sau fașă.

A: fașă. fașă. ((arătând spre sticlă cu ulei)) nu aveți decât la gramajul acesta↑

B: da.

A: dați-mi DOuă vă rog.

B: douăzeci de mii și fașă (xxxxxxx)

A: da ((întinzându-i o bancnotă))

((B punând obiectele într-o pungă))

A: leucoplast aveți?

B: da. cu rivanol sau fără?

A: fără. simplu.

B: ă rolă↓ nu?

A: da.

B: la paisprezece mii.

A: [cred că]

B: [vă dau?

A: DA. da.

B: treizeci↓ patruzeci și <patru de mii>.

A: ((luând pachetul)) mulțumesc.

B: ((numărând restul)) patruzeci și cinci↓ cinzeci.

A: ((luând restul)) mulțumesc↓ bună ziua.

LA PLAFAR

Situația de comunicare

Data înregistrării: 27.09.2001

Locul: un plafar din București

Participanții:

A: f., 23 de ani, cumpărătoare

B: f., cca 30 de ani, vânzătoare

C: f., cca 40 de ani, vânzătoare

Observații: numai A a știut că se înregistrează

Autorul înregistrării: DS

Autorul transcrierii: DS

A: bună ziua. fiți amabilă↓ aveți cumva loțiune gerovital↑ pentru regenerarea părului?# e o formulă nouă am văzut. cu petrol↑ și ulei de ricin?

B: nu (xxx)

C: ce anume?

B: gerovital↓ cu ricin și petrol.

C: ((către A)) a: gerovital NU mai avem.

B: da.

A: primiți curând? să-ncerc tot aici? săptămâna ASta↓ <_ săptămâna viitoare>↓

C: săptămâna asta nu cred.

A: mulțumesc.# la CE preț era.

C: cinzecișitrei.

A: mulțumesc.

LA PAPETĂRIE

Situația de comunicare

Data înregistrării: 24.09.2001

Locul înregistrării: o papetărie

Participanții:

A: m., 23 de ani, cadru didactic, coleg cu B

B: f., 25 de ani, cadru didactic

C: f., cca 40 de ani, vânzătoare

Observații: numai A a știut că se înregistrează; A și B se află împreună la papetărie

Autorul înregistrării: RS

Autorul transcrierii: RS

A: săru' mâna ((către B)) dosare plic↑ # de toate neamurile↓ CUM îți trebuie.

B: cu clape↓ au scris ei acolo <_ hm>

A: cu clalpe↑

B: [deci îmi trebuie la o înscriere la un examen și scria acolo dosar plic cu clape

A: d-ăla așa d-acolo ultimu: ((arată spre raft))

C: ăla N-ARE. deci probabil clapele-năuntru↓ probabil cu șină-n interior sau↓

B: păi la asta mă gândeam și io

A: cu clape dintr-astea. nu astea sunt?

B: păi nu↓ dacă-i plic e logic că are clape d-astea# # eu mă gân[deam

A: [păi altu:

B: să nu aibă șină-aici

A: nu [cred

C: [astea plic n-au șină

A: păi nu↓ nu↓

C: deci cu șină separat↓ ((arată spre raft)) și astea plic n-au șină.

B: a: deci astea sunt singurele↓ [practic?

A: [da

C: deci niciunu n-are șină

A: proba[bil#

C: [au numai clape

A: că la asta s-au referit↓ ca să aibă clape cât mai mari să nu: pice documentele

B: mda # # și CÂT e unu din ăș[ta.

C: [așa două mii

B: deci îmi iau [unu d-ăsta

A: [ia-ți și tu unu d-ăsta mai frumos.

C: a: pentru [CE.

B: [lasă mă:

((A râde))

B: nu or să primească: sute↑

C: p-ormă dacă scrieți pe el↓ ei îl a[runcă

B: [păi da

C: CE să facă cu el.

B: îl scriem. <_ tocmai>

A: așa↓ să-mi dai și mie

B: da să-ți dau și:

((B plătește))

B: mulțumesc.

C: cu plăcere.

LA MAGAZINUL DE DULCIURI

Situația de comunicare

Data înregistrării: 11.04.2002

Locul înregistrării: magazin de dulciuri

Participanții:

A: f., cca 45 de ani, vânzătoare

B: f., cca 70 de ani, pensionară, clientă

C: f., cca 25 de ani, clientă

Observații: numai C a știut că se înregistrează

Autorul înregistrării: CIP

Autorul transcrierii: CIP

A: le-ați încurcat ((râde))

B: le-a încurcat fata asta care-i nouă# # cred că le-a confundat↓ CINE știe ce-a făcut↑ (xxx) le-a băgat la un preț mai mic

A: da

B: de la treijnouă la treișapte

A: (xxx)

B: treișapte cinci sute candi

A: candi↑

B: da# dă zece mii?

A: da. dă zece mii.

B: alceva↑

A : dați-mi de CINCI mii câteva arahide d-alea↓ ((arată cu degetul)) d-alea ca să pun pă ceva
 B : ((cântărește)) ș-alceva↑ <_R v-ajunge atâta?>
 A : mi-ajunge↓ pun p-o colivă.# un domn m-a rugat să-i fac o colivă pentru sora lui și : și dați-mi de cinci mii biscui- biscuiți digestivi
 B : alceva↑
 A : atât.
 C : a biscuiți cu graham aveți?
 B : da.
 C : CÂT este chilogramul.
 B : treișunu.
 C : îmi : dați jumătate.
 B : ((cântărește))
 C : să fie de cinșpe# # și-mi dați și niște :: caise↓ <_J o sută de grame.>
 B : ((cântărește))
 C : este
 B : să lăsăm de zece mii?
 C : da↑ <_R trebuia să le fi lăsat pe toate↓ nu vă mai>
 B : ((cântărește)) paișpe mii.
 C : așa↓
 B : și cu cinșpe doujnouă.
 C : și biscu-1 nu↓ covrigeii aceia sunt de dulce sau de post?↑
 B : sunt de post.
 C : î:mi dați cam două sute de grame
 B : ((cântărește)) să las de unsprezece [mii aicea?
 C : [da. da. da.
 B : facem patruzeci de mii cu totu.
 C : EXAct
 B : alceva?
 C : atât. mulțumesc.

NORME DE TRANSCRIERE A TEXTELOR

Se folosește literă mică atât la inițială de propoziție sau de frază, cât și la inițiala numelor proprii; majuscula notează emfaza. Cuvintele în limbi străine sunt notate conform audiției, între bare oblice (exemplu: /niiorc/ pentru New York).

<i>Accent</i>	ă	se notează numai când diferă de cel curent
<i>TEXT</i>		accent emfatic (al cuvântului sau al unei silabe)
<i>Intonație</i>	.	contur melodic descendent terminal
	↓	contur melodic descendent non-terminal
	?	contur melodic ascendent terminal
	↑	contur melodic ascendent non-terminal
	!	intonație rejectivă (contur melodic ușor descendent, asociat cu înălțimea scăzută a vocii; semnalează reconsiderarea de către emițător a afirmației sale precedente)
<i>Înălțime</i>	< _I >	înălțime ridicată a vocii
	< _J >	înălțime scăzută a vocii
<i>Tempo</i>	< _L >	tempo lent al vorbirii
	< _R >	tempo rapid al vorbirii
<i>Intensitate</i>	< _F >	intensitate forte a vocii
	< _P >	intensitate slabă a vocii

—	(linie jos, între cuvinte) ˘	rostire legato
—	(linie de dialog)	cuvânt neterminat
u:/m:	lungire a unui sunet; numărul de semne (:)	indică, în mod aproximativ, durata fenomenului
,	apocopa unor sunete; omiterea curentă a lui /	final articol definit este marcată sistematic, fără a se utiliza apostroful
ç		stop glotal
#		pauză; numărul de semne indică, în mod aproximativ, durata pauzei
text =		intervenție începută de un vorbitor și continuată, fără pauză, de altul (engl. <i>latching</i>)
[text		începutul suprapunerii unor intervenții succesive; se marchează atât în intervenția în curs, cât și în intervenția suprapusă
+A:		continuarea primei intervenții fără a se ține seama de intervenția suprapusă
text ˘		construcție abandonată (engl. <i>false start</i>)
„ ”		secvență redată de emițător în vorbire directă
< ˘ >		râs concomitent cu rostirea
< z >		zâmbet concomitent cu rostirea
< of >		secvență rostită prin mișcarea expiratorie specifică oftatului
< MARC >		secvență pusă în evidență printr-o rostire rară (uneori chiar silabisită) și apăsată
< IM >		imitarea modului de a vorbi al unei persoane
< CIT >		emițătorul citește un text
(O)		indicații „scenice” (exemplu: tușește; își drege vocea etc.)
()		transcriere probabilă
(xxx)		text neclar; numărul de semne (x) indică, în mod aproximativ, lungimea secvenței neclare
[...]		secvență netranscrisă

Bibliografie

- Adams, J.S. (1965), „Inequity in Social Exchange”, în L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol.II, Academic Press, New York, pp. 267-299.
- Ager, D.E., Muskens, G., Wright, S. (eds.) (1993), *Language Education for Intercultural Communication*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Alatis, J.E. (1994), *Educational Linguistics, Crosscultural Communication, and Global Interdependence*, Georgetown University Press, Washington, D.C.
- Altman, I., Taylor, D. (1973), *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*, Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Asante, M.K., Gudykunst, W.B. (eds.) (1989/1990/1994), *Handbook of International and Intercultural Communication*, Sage Publications, International Educational and Professional Publisher, Newbury Park, Londra, New Delhi.
- Bannon, G., Mattock, J. (eds.) (2003), *Cross-Cultural Communication: The Essential Guide to International Business*, Kogan Page, Londra, Sterling.
- Barbu, Daniel (coord.) (2000), *Firea românilor*, Nemira, București.
- Baylon, Christian, Mignot, Xavier (2000), *Comunicarea*, Editura Universității „Al.I. Cuza”, Iași.
- Berger, C.R., Calabrese, R.J. (1975), „Some Exploration in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Communication”, *Human Communication Research*, 1, pp. 99-112.
- Berne, Eric (1964), *Games People Play: The Basic Hand Book of Transactional Analysis*, Ballantine Books, New York.
- Bernstein, B. (1971), *Class, Codes and Control*, vol. I: *Theoretical Studies Toward a Sociology of Language*, Routledge and Kegan Paul, Londra.

- Berscheid, Ellen, Walster, Elaine H. (1969), *Interpersonal Attraction*, Addison-Wesley Publishing Co., Reading.
- Blaa, Lucian (1936/1985), *Spațiul mioritic*, în *Opere 9. Trilogia culturii*, Minerva, București, pp. 189-331.
- Blommaert, Jan, Verschueren, Jef (eds.) (1991), *The Pragmatics of Intercultural Communication*, John Benjamin's Company, Amsterdam.
- Blum-Kulka, S., Kasper, G., House, J. (eds.) (1989), *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*, Ablex, Norwood.
- Bravo, Diana, Briz, Antonio (eds.) (2004), *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*, Ariel, Barcelona.
- Brown, H. (1994), *Principles of Language Learning and Teaching*, Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Brown, P., Levinson, S.C. (1979), *Politeness*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Byram, M. (ed.) (2003), *Intercultural Competence*, Council of Europe Language Policy Division, Strasbourg.
- Byram, M., Nichols, A., Stevens, D. (2001), *Developing Intercultural Competence in Practice*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Carbaugh, Donal, Wolf, Karen (1999), „Situating Rhetoric in Cultural Discourses”, în A. González, D.V. Tanno (eds.), *Rhetoric in Intercultural Contexts*, Sage Publications, Thousand Oaks, Londra, New Delhi, pp. 19-30.
- Carroll, R., Volk, C. (1988), *Cultural Misunderstandings: The French-American Experience*, University of Chicago Press, Chicago.
- Caune, Jean (2000), *Cultură și comunicare*, Cartea Românească, București.
- Călinescu, G. (1941/1982), *Istoria literaturii române de la origini până în prezent*, Minerva, București, pp. 974-976.
- Chelcea, Septimiu (1995), *Personalitate și societate în tranziție. Studii de psihologie socială*, Societatea Știință și Tehnică S.A., București.
- Choi, C.J., Kelemen, M. (1995), *Cultural Competences: Managing Co-Operatively Across Cultures*, Aldershot, Dartmouth.
- Chomsky, Noam (1985), *Knowledge of Language: Its Nature, Origin and Use*, Praeger Publishers, New York.
- Clyne, M. (1994), *Intercultural Communication at Work: Cultural Values in Discourse*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Collier, Mary Jane, Thomas, Milt (1988), „Cultural Identity – An Interpretative Perspective”, în Y.Y. Kim, W.B. Gudykunst (eds.), *Theories in Intercultural Communication, International and Intercultural Communication Annual*, vol. XII, Sage Publications, Newbury Park.

- Cuilenburg, J.J. Van, Scholten, O., Noomen, G.W. (2000), *Știința comunicării*, Humanitas, București.
- Dasen, Pierre, Perregaux, Cristiane, Rey, Micheline (1999), *Educația interculturală*, Polirom, Iași.
- DeVitto, Joseph A. (1994), *Human Communication: The Basic Course*, Harper Collins College Publishers, New York.
- Di Luzio, A., Gunthner, S., Orletti, F. (2001), *Culture in Communication: Analyses of Intercultural Situations*, J. Benjamins, Amsterdam.
- Dinu, Mihai (1997), *Comunicarea*, Editura Științifică, București.
- Dinu, Mihai (2004), *Fundamentele comunicării interpersonale*, ALL, București.
- Drăghicescu, D. (1907/1995), *Din psihologia poporului român*, Albatros, București.
- Egner, Inge (2002), *The Speech Act of Promising in an Intercultural Perspective*, SIL Electronic Working Papers; <http://www.sil.org/silewp/2002/001/SILEWP2002-001.pdf>.
- Ekman, Paul (1973a), „Cross-cultural studies of emotion”, în P. Ekman (ed.), *Darwin and Facial Expression: A Century Research in Review*, Academic Press, New York.
- Ekman, Paul (ed.) (1973b), *Darwin and Facial Expression: A Century Research in Review*, Academic Press, New York.
- Ekman, Paul et al. (1987), „Universals and Cultural Differences in the Judgements of Facial Expressions of Emotion”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 53 (4), pp. 712-717.
- English, L.M., Lynn, S. (1995), *Business Across Cultures: Effective Communication Strategies*, Longman, New York.
- Fiske, S.T., Taylor, S.E. (1984), *Social Cognition*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- FitzGerald, H. (2003), *How Different Are We? Spoken Discourse in Intercultural Communication: The Significance of the Situational Context*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Gallois, C., Callan, V.J. (1997), *Communication and Culture: A Guide for Practice*, Wiley, Londra.
- Garrett, Elisabeth (1999), „Some Elementary Methodological Reflections on the Study of the Chinese Rhetorical Tradition”, în A. González, D.V. Tanno (eds.), *Rhetoric in Intercultural Contexts*, Sage Publications, Thousand Oaks, Londra, New Delhi, pp. 53-63.
- Gass, S.M., Neu, J. (eds.) (1995), *Speech Acts Across Cultures: Challenges to Communication in a Second Language*, Mouton de Gruyter, Berlin.

- Geertz, Clifford (1973), *The Interpretation of Culture*, Basic Books, New York.
- Giles, H. (1973), „Accent Mobility: A Model and Some Data”, *Anthropological Linguistics*, 15, pp. 87-105.
- Giles, H., Bourhis, R.Y., Taylor, D.M. (1977), „Towards a Theory of Language in Ethnic Group Relations”, in H. Giles (ed.), *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, Academic Press, Londra, pp. 307-343.
- Givón, Talmy (1979), *On Understanding Grammar*, Academic Press, New York.
- Goddard, C., Wierzbicka, A. (1997), „Discourse and culture”, in T.A. van Dijk (ed.), *Discourse as Social Interaction*, Sage Publications, Londra, pp. 231-257.
- Goddard, C., Wierzbicka, A. (2006), „Primes and Cultural Scripts in Language. Learning and Intercultural Communication”, in Farzad Sharifian, Gary B. Palmer (eds.), *Applied Cultural Linguistics: Implications for Second Language Learning and Intercultural Communication*, John Benjamins, Amsterdam; http://www.ali2006.une.edu.au/GoddardWierzbicka_applied_NSM.pdf.
- Goddard, C., Wierzbicka, A. (eds.) (2004), „Cultural Scripts”, *Intercultural Pragmatics*, 1 (2).
- Goldiș-Firoiu, Ana (1995), *Ghid de corespondență oficială în limba franceză*, Valbert, Viena – PC Graf, Deva.
- González, A., Tanno, D.V. (eds.) (1999), *Rhetoric in Intercultural Contexts*, Sage Publications, Thousand Oaks, Londra, New Delhi.
- Grice, H.P. (1975), „Logic and Conversation”, in P. Cole, J.L. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics*, vol. 3: *Speech Acts*, Academic Press, New York, pp. 41-58.
- Gu, Y.G. (1990), „Politeness Phenomena in Modern Chinese”, *Journal of Pragmatics*, 14, pp. 237-257.
- Gudykunst, W.B. (1985), „A Model of Uncertainty Reduction in Intercultural Encounters”, *Journal of Language and Social Psychology*, 4 (2), pp. 79-98.
- Gudykunst, W.B. (1998), *Bridging Differences: Effective Intergroup Communication*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Gudykunst, W.B. (2003), *Cross-Cultural and Intercultural Communication*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Gudykunst, W.B., Kim, Y.Y. (2003), *Communicating With Strangers: an Approach to Intercultural Communication*, McGraw-Hill, New York.

- Gudykunst, W.B., Mody, B. (eds.) (2002), *Handbook of International and Intercultural Communication*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Gudykunst, W.B., Ting-Toomey, S., Nishida, T. (1996), *Communication in Personal Relationships Across Cultures*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Gudykunst, W.B., Ting-Toomey, S., Chua, E. (1988), *Culture and Interpersonal Communication*, Sage Publications, Newbury Park.
- Gumperz, J.J. (1977), *Language and Social Identity*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Gumperz, J.J. (1982), *Discourse strategies*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Gumperz, J.J., Hymes, D.H. (eds.) (1986/1972), *Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication*, Basil Blackwell, Oxford.
- Hall, Edward T. (1959), *The Silent Language*, Doubleday & Company, New York.
- Hall, Edward T. (1966), *The Hidden Dimension*, Doubleday & Company, Garden City.
- Hall, Edward T. (1976), *Beyond Culture*, Doubleday & Company, New York.
- Hall, Edward T. (1992), *An Anthropology of Everyday Life*, Doubleday/Anchor Books, New York.
- Halliday, M.A.K. (1973), *Explorations in the Functions of Language*, Elsevier, New York.
- Hampden-Turner, C., Trompenaars, A. (2000), *Building Cross-Cultural Competence: How to Create Wealth From Conflicting Values*, Yale University Press, New Haven.
- Hargie, Owen D.W. (1997), *The Handbook of Communication Skills*, Routledge, Londra – New York.
- Hartley, Peter (1993), *Interpersonal Communication*, Routledge, New York.
- Heider, Fritz (1982), *The Psychology of Interpersonal Relations*, Lawrence Erlbaum Associates.
- Hendry, J. (1993), *Wrapping Culture: Politeness, Presentation, and Power in Japan and Other Societies*, Clarendon Press, Oxford.
- Hickey, Leo (ed.) (1998), *The Pragmatics of Translation*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Hofstede, G. (1984), *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Sage, Beverly Hills.

- Hofstede, G. (1986), „Cultural Differences in Teaching and Learning”, *International Journal of Intercultural Relations*, 10 (3), pp. 301-320.
- Hofstede, G. (1997a), *Cultures and Organizations: Software of the Mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival*, Harper Collins, Londra.
- Hofstede, G. (1997b), *Promoting a European Dimension of Intercultural Learning – Developing School Materials*, EFIL Seminars.
- Hofstede, G.J., Pedersen, P. et al. (2002), *Exploring Culture: Exercises, Stories, and Synthetic Cultures*, Intercultural Press, Yarmouth.
- Homans, George C. (1958), „Social Behavior as Exchange”, *The American Journal of Sociology*, 63 (6), pp. 597-606.
- Huber-Kriegler, M., Lázár, I., Strange, J. (2003), *Mirrors and Windows: An Intercultural Communication Textbook*, Council of Europe Publishing, Strasbourg.
- Huth, T., Taleghani-Nikazm, C. (2006), „How can insights from conversation analysis be directly applied to teaching pragmatics?”, *Language Teaching Research*, 10, pp. 53-79.
- Hymes, D.H. (1968), „The Ethnography of Speaking”, in J. Fishman (ed.), *Readings on the Sociology of Language*, Mouton, Haga, pp. 99-138.
- Jakobson, R. (1963, 1973), *Essais de linguistique générale*, vol. I-II, Minuit, Paris.
- Jandt, F.E. (2004), *Intercultural Communication: A Global Reader*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Jiang, Xiangying (2006), „Cross-Cultural Pragmatic Differences in US and Chinese Press Conferences: The Case of the North Korea Nuclear Crisis”, *Discourse Studies*, 17 (2), Sage Publications, Londra, Thousand Oaks, New Delhi, pp. 237-257.
- Keltner, D., Haidt, J. (2001), „Social Functions of Emotions”, in T. Mayne, G.A. Bonanno (eds.), *Emotions: Current Issues and Future Directions*, Guilford Press, New York, pp. 192-213.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1990-1994), *Les interactions verbales*, 3 vol., Armand Colin, Paris.
- Kerényi, Carl (1996), *Dionysos: Archetypal Image of Indestructible Life*, Princeton University Press, Princeton.
- Kienpointner, Manfred (1997), „Varieties of rudeness. Types and functions of impolite utterances”, *Functions of Language*, 4 (2), pp. 251-287.
- Kim, U., Triandis, H.C., Kagitcibasi, C., Choi, S.-C., Yoon, G. (eds.) (1994), *Individualism and Collectivism: Theory, Method and Applications*, Sage Publications, Londra.

- Kim, Y.Y. (1988), *Communication and Cross-Cultural Adaptation: An Integrative Theory*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Kim, Y.Y. (2001), *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Kitao, K., Kitao, S.K., Headrick Miller, J., Carpenter, J.W., Rinner, C. (eds.) (1995), *Culture and Communication*, Yamaguchi Shoten, Kyoto.
- Kluckhohn, F.R., Strodtbeck, F.L. (1961), *Variations in Value Orientations*, Row, Peterson and Company, Evanston.
- Knapp, Mark L., Gerald, R. Miller (1994), *Handbook of Interpersonal Communication*, ed. a II-a, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Koester, J., Wiseman, R.L. (1993), *Intercultural Communication Competence*, Sage Publications, Newbury Park.
- Kotani, Mariko (1994), „Ways of Arguing in Two Cultures: A Case Analysis of a Negotiation Between Japanese and American Business Professionals”, *Intercultural Communication Studies*, IV, 1.
- Lakoff, George (1987), *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*, University of Chicago Press, Chicago.
- Lakoff, R. (1973), „The Logic of Politeness or Minding Your P's and Q's”, in C. Colum et al. (eds.), *Papers from The Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*, Chicago Linguistic Society, Chicago, pp. 292-305.
- Leathers, Dale G. (1986), „Cross-Cultural Differences in Nonverbal Communication”, in *Successful Nonverbal Communication: Principles and Applications*, Macmillan, New York.
- Leech, Geoffrey (1983), *Principles of Pragmatics*, Longman, Londra.
- Lefevre, A. (1996), *The Translator: Studies in Intercultural Communication: Wordplay and Translation*, St. Jerome Publishing, Manchester.
- Lehtonen, Mikko (2000), *The Cultural Analysis of Texts*, Sage Publications, Londra, Thousand Oaks, New Delhi.
- Lewis, Richard D. (2005), *Să cunoaștem mai bine popoarele lumii*, Editura Niculescu, București.
- Liang, Guodong, Han, Jing (2005), „A Contrastive Study on Disagreement Strategies for Politeness between American English and Mandarin Chinese”, *Asian EFL Journal*, 7; http://www.asian-efl-journal.com/March_05_lghj.doc.
- Lotman, Iuri (1974), *Studii de tipologie a culturii*, Univers, București.

- Luft, J., Ingham, H. (1955), *The Johari Window: A Graphic Model for Interpersonal Awareness. Proceedings of the Western Training Laboratory in Group Development*, UCLA, Los Angeles.
- Lutz, C., White, G.M. (1986), „The Anthropology of Emotions”, *Annual Review of Anthropology*, 15, pp. 405-436.
- Martin, J.N., Nakayama, T.K. (2001), *Experiencing Intercultural Communication: An Introduction*, Mayfield, Mountain View.
- Mazilu, Dan Horia (1999), *Noi despre ceilalți. Fals tratat de imagologie*, Polirom, Iași.
- Mazilu, Dan Horia (2003), *Noi printre ceilalți sau despre literatura peregrinilor*, Ager, București.
- McQuail, Denis (1999), *Comunicarea*, Institutul European, Iași.
- Mead, R. (1994/1998), *International Management: Cross-Cultural Dimensions*, Blackwell Business, Oxford.
- Miege, Bernard (1998), *Gândirea comunicațională*, Cartea Românească, București.
- Mihăilescu, Angela (2007), *Comunicarea interculturală. Ora de limbă spaniolă*, Editura Universității din București.
- Mihăilescu, Vintilă (2000), *Socio bai-bui – O altă sociologie a tranziției*, Paideia, București.
- Mihu, Achim (2002), *Antropologie culturală*, ed. a III-a, Dacia, Cluj-Napoca.
- Milhouse, V.H., Asante, M.K., Nwosu, P.O. (eds.) (2001), *Transcultural Realities: Interdisciplinary Perspectives on Cross-Cultural Relations*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Miroiu, Mihai (1992), *English Business Letters – Corespondență de afaceri în limba engleză*, Editura Andreescu, Alexandria.
- Mody, B. (2003), *International and Development Communication: A 21st Century Perspective*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Morris, Ch.W. (1939), *Foundations of the Theory of Signs*, University of Chicago Press, Chicago.
- Noica, Constantin (1978), *Sentimentul românesc al ființei*, Editura Eminescu, București.
- Noica, Constantin (1996), *Cuvânt împreună despre rostirea românească*, Humanitas, București.
- Novinger, T. (2001), *Intercultural Communication: A Practical Guide*, University of Texas Press, Austin.
- O'Sullivan, Tim, Hartley, John, Saunders, Danny, Montgomery, Martin, Fiske, John (2001), *Concepte fundamentale în științele comunicării și studiile culturale*, Polirom, Iași, 2001.

- Oberg, K. (1960), „Culture Shock: Adjustment to New Cultural Environment”, *Practical Anthropology*, 7, pp. 177-182.
- Papadima, Ovidiu (1936/1995), *O viziune românească a lumii*, Saeculum, București.
- Pedler, Emmanuel (2001), *Sociologia comunicării*, Cartea Românească, București.
- Pinker, S. (1994), *The Language Instinct*, William Morrow and Company Inc., New York.
- Prutianu, Ștefan (2000), *Manual de comunicare și negociere în afaceri*, Polirom, Iași.
- Ralea, Mihai (1924/1997), *Fenomenul românesc*, Albatros, București.
- Rădulescu-Motru, C. (1942/1996), *Etnicul românesc*, Minerva, București.
- Redfield, R., Linton, R., Herskovits, M.J. (1936), „Memorandum for the Study of Acculturation”, *American Anthropologist*, 38 (1), pp. 149-152.
- Reynolds, S., Valentine, D. (2004), *Guide to Cross-Cultural Communication*, Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Ronen, S. (1986), *Comparative and Multinational Management*, John Wiley & Sons, New York.
- Ronen, S., Shenkar, O. (1985), „Clustering Countries on Attitudinal Dimensions: A Review and Synthesis”, *Academy of Management Review*, 10 (3), pp. 435-454.
- Rubel, P.G., Rosman, A. (2003), *Translating Cultures: Perspectives on Translation and Anthropology*, Berg, Oxford, New York.
- Ruben, B.D. (1976), „Assessing Communication Competency for Intercultural Adaptation”, *Group & Organization Studies*, 1, pp. 334-354.
- Sala, Marius (coord.) (1989), *Enciclopedia limbilor romanice*, Editura Științifică și Enciclopedică, București.
- Samovar, L.A. (2000), *Oral Communication: Speaking Across Cultures*, Roxbury Publishing Company, Los Angeles.
- Samovar, L.A., Porter, R.E. (2001), *Communication Between Cultures*, Wadsworth, Belmont.
- Sapir, E. (1921), *Language*, Harcourt, Brace & World, New York.
- Sapir, E. (1949), *Selected Writings of Edward Sapir in Language, Culture, and Personality*, ediție îngrijită de D.G. Mandelbaum, University of California Press, Berkeley, Los Angeles.
- Sardar, Ziauddin, Loon, Borin Van (2001), *Câte ceva despre studii culturale*, Curtea Veche, București.
- Schwartz, S.H. (1994), „Beyond Individualism/Collectivism: New Cultural Dimensions of Values”, în U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi,

- S.-C. Choi, G. Yoon (eds.), *Individualism and Collectivism: Theory, Method and Applications*, Sage Publications, Londra.
- Scollon, C.N., Diener, E., Oishi, S., Biswas-Diener, R. (2004) „Emotions Across Cultures and Methods”, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 35, pp. 304-326.
- Scollon, R., Scollon, S.B.K. (2001), *Intercultural Communication: A Discourse Approach*, Blackwell Publishers, Malden.
- Scollon, Ron, Scollon, Suzanne Wong (1995), *Intercultural Communication: A Discourse Approach*, Blackwell, Oxford, Cambridge.
- Shweder, R.A. (1991), *Thinking Through Cultures: Expeditions in Cultural Psychology*, Harvard University Press, Cambridge.
- Shweder, R.A. (1993), „Cultural Psychology: Who Needs It?”, *Annual Review of Psychology*, 44, pp. 497-523.
- Sperber, Deirdre, Wilson, Dan (1986/1987/1995), *Relevance: Communication and Cognition*, Blackwell, Oxford.
- Spiridon, Monica (2002), *Cultura: modele, repere, perspective*, Ararat, București.
- Stangor, Charles (2000), *Stereotypes and Prejudice: Essential Readings*, Psychology Press, Philadelphia.
- Stăniloae, Dumitru (2001), *Reflecții despre spiritualitatea poporului român*, Elion, București.
- Stevenson, R.L. (1994), *Global Communication in the Twenty-First Century*, Longman, New York.
- Storti, C. (2001), *The Art of Crossing Cultures*, Intercultural Press, Yarmouth.
- Șimăndan, Dragoș (2000), *Fundamentele culturale ale modelului american*, Dacia, Cluj-Napoca.
- Tajfel, H., Turner, J.C. (1986), „The Social Identity Theory of Intergroup Behavior”, în S. Worchel, W.G. Austin (eds.), *Psychology of Intergroup Relations*, Nelson-Hall, Chicago.
- Tannen, D. (1980), „A Comparative Analysis of Oral Narrative Strategies: Athenian Greek and American English”, în W.L. Chafe (ed.), *The Pear Stories: Cognitive, Cultural and Linguistic Aspects of Narrative Production*, Ablex, Norwood, pp. 51-87.
- Tanno, D.V., González, A. (eds.) (1998), *Communication and Identity Across Cultures*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Terzea-Ofrim, Lucia (2002), *Ce mi-e drag nu mi-e urât. O antropologie a emoției*, Paideia, București.
- Ting-Toomey, Stella (1999), *Communicating Across Cultures*, The Guilford Press, New York.

- Ting-Toomey, Stella, Korzeny, F. (eds.) (1991), *Cross-Cultural Interpersonal Communication*, Sage Publications, Newbury Park, Londra, New Delhi.
- Ting-Toomey, Stella, Oetzel, John G. (2001), *Managing Intercultural Conflict Effectively*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Ting-Toomey, Stella, Oetzel, John G., Yee-Jung, Kimberlie (2001), „Self-Construal Types and Conflict Management Styles”, *Communication Reports*, 14, pp. 87-104.
- Todorov, Tzvetan (1994), *Cucerirea Americii. Problema celuilalt*, Institutul European, Iași.
- Tomlinson, John (2002), *Globalizare și cultură*, Amarcord, Timișoara.
- Triandis, H.C. (1995), *Individualism and Collectivism*, Westview, Boulder.
- Trompenaars, F. (1993), *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*, Economics Books, Londra.
- Vasilescu, Andra (2005), „Dialogul”, în Valeria Guțu Romalo (coord.), *Gramatica limbii române*. Editura Academiei Române, București, vol. II, pp. 779-817.
- Vulcănescu, Mircea (1991), *Dimensiunea românească a existenței*, Editura Fundației Culturale Române, București.
- Watts, R.J., Ide, S., Ehlich, K. (eds.) (1992), *Politeness in Language: Studies in Its History, Theory and Practice*, Mouton de Gruyter, Berlin.
- Whorf, Benjamin (1956), *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*, ediție îngrijită de John Carroll, MIT Press, Cambridge.
- Wierzbicka, Anna (1991/2003), *Cross-Cultural Pragmatics: The Semantics of Human Interaction*, Mouton de Gruyter, Berlin, New York.
- Wierzbicka, Anna (1994), „Cultural scripts: A semantic approach to cultural analysis and cross-cultural communication”, în L. Bouton, Y. Kachru (eds.), *Pragmatics and Language Learning*, University of Illinois, Urbana-Champaign, pp. 1-24.
- Wierzbicka, Anna (1997), „The Double Life of a Bilingual: A Cross-Cultural Perspective”, în M.H. Bond (ed.), *Working at the Interface of Culture: Eighteen Lives in Social Sciences*, Routledge, Londra, pp. 113-125.
- Wierzbicka, Anna (2006a), „The Concept of «Dialogue» in Cross-Linguistic and Cross-Cultural Perspective”, *Discourse Studies*, 8 (5), Sage Publications, Londra, Thousand Oaks, New Delhi, pp. 675-703.
- Wierzbicka, Anna (2006b), *English: Meaning and Culture*, Oxford University Press, New York.

- Yamada, H. (1997), *Different Games, Different Rules: Why Americans and Japanese Misunderstood Each Other*, Oxford University Press, Oxford.
- Young, L.W.L. (1994), *Crosstalk and Culture in Sino-American Communication*, Cambridge University Press, New York.
- Young, R.E. (1996), *Intercultural Communication: Pragmatics, Genealogy, Deconstruction*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Zimmerman, D.H. (1998), „Identity, Context and Interaction”, în C. Antaki, S. Widdicombe (eds.), *Identities in Talk*, Sage Publications, Londra, pp. 87-106.

Indice

A

aculturare 276-279; tipuri de aculturare 277-278

adaptare 319-336; manifestări ale adaptării: instinctul autoconservării 322; fluctuația 322-324; schimbarea ca scop în sine 324-325; soluția de moment 326-327; ambivalența 327-328; compromisul și nuanța 328; asumarea lucidă a legilor firii 328-330; măsura 331-332; firea lucrurilor (rânduiala) 332-336

adaptare comunicativă 35

adaptare culturală 278-279

alienare culturală 279

asimilare culturală 279

atribuirea și construirea atributelor 164-165, 167-168; teoria atribuirii 166-168

B

Barbu, Daniel 324-325, 333-334, 341, 343

Biserica și cultura 126-131; budism 130; confucianism 130-131; creștinism 127; islamism 128; iudaism 127-128; hinduism 128-130

Blaga, Lucian 314, 316-318, 321-323, 326, 328-329, 335, 354, 358, 369

C

caracteristicile culturii 117-126; caracter sistemic 117; sistem semiotic 117-118; se învață și se transmite 118-119; fenomen social și individual 119; structură polifonică 119-121; caracter nonmonolitic 121-122; fenomen dinamic, adaptat schimbărilor 122-123; modelarea percepțiilor 123-124; contact între culturi 124-125; relativism cultural 125-126

categorizare socială 163-164, 171, 288; Tajfel și Turner 163-164; Zimmerman 165

Călinescu George 312-313, 321-322, 324, 330, 337, 348, 369

ciocnire culturală 273-276

Cioran, Emil 329

colectivism 144-145

competență de comunicare 62-63; competență lingvistică 62-63; competență pragmatică 63

- competență de comunicare interculturală 287-293; strategii de formare a competenței de comunicare interculturală 291-293
- comportamente comunicative 55-59; comportament euristic 55; comportament de ranforsare 55-56; comportament de susținere 56; comportament reflexiv 56-57; comportament explicativ 57; comportament autocentrat 57-58; comportament ludic 58-59
- comunicare de masă 41-42
- comunicare interculturală 42-43, 279-287; caracteristici 287; configurația schimburilor verbale 280-282; neînțelegeri 282; bariere 282; factorii care afectează ~ 284-286; preîntâmpinarea problemelor de ~ 286; etnocentrism în ~ 284-285; stereotipuri în ~ 285
- comunicare interpersonală 30-35; teorii ale comunicării interpersonale 32-35; teoria echității 34; teoria schimbului 33-34; teoria penetrației sociale 32; teoria evitării incertitudinii 34-35; teoria atracției interpersonale 33; teoria adaptării comunicative 35; teoria comunicării tranzacționale 35; variabile care modelează comunicarea interpersonală 43-63
- comunicare intrapersonală 28-30
- comunicare organizațională 35-37
- comunicare publică 38-41
- comunicarea: definiția comunicării 15; comunicarea prin limbă 15-28; elementele comunicării 23-27; caracteristicile comunicării 27-28; procesul comunicării 23-24; teoria codului 24-25; teoria inferenței 24-25; teoria relevanței 24, 26-27; factorii care modelează comunicarea 27-28; nivelurile comunicării 28-43
- contactul dintre culturi 273-279
- corelații între variabilele culturale și stilurile comunicative 255-262; Gudykunst 258-259; Clyne 260; FitzGerald 260-262
- Crainic, Nichifor 369
- cultura: definiții ale culturii 107-109; metaforele culturii 109-116; caracteristicile culturii 117-126; rolul Bisericii 126-131; rolul familiei 132-133; rolul statului 133-134; diversitatea culturală 134-157
- cunoaștere socială 165-166; Fiske și Taylor 166

D

- dependență contextuală 141-143; grade de dependență contextuală 142
- diferențe comunicative 204-254; diferențe comunicative în plan lingvistic 205-212; diferențe comunicative în plan discursiv 212-215
- distanța față de putere 147-149

- diversitate culturală 134-157; modelul Kluckhohn-Strodtbeck 135-138; modelul Hall 139; modelul Hofstede 143-155; modelul Inglehart 156-157

Drăghicescu, Dumitru 311, 314, 321, 324, 326, 328

E

- eclectism 310-319; manifestări ale eclectismului: mimetismul 312-313; toleranță pentru diversitate 313-314; coexistența contrariilor 315-317; pitorescul 317-319

elemente verbale/paraverbale/non-verbale 22, 24, 38, 39, 47, 58, 71

emoția 59, 157-161; emoții universale 59-60, 159-160; specificul cultural al emoției 157-161; expresii faciale ale emoțiilor universale 159; conceptualizarea bucuriei în cultura română 349, 366-367

etnocentrism 125-126

Eurobarometru 310

evitarea incertitudinii 149-150

F

familia și cultura 132-133; familia extinsă 132; familia restrânsă 132

feminitate 146-147

frica lui Dumnezeu 340-342

G

globalizare 125

H

Hall (model) 139

Hofstede (model) 143-155

I

identitate 161; identități 162-163; identitate culturală 161-162, 168-170; identitate socială 163-168; identitate personală 162-163, 168-170; negocierea identității 168-169; idiocentrism și alocentrism 168-169

identitate interculturală 293-296; negocierea ~ 293-296; Collier și Thomas 295-296; Ting-Toomey 294-295

individualism 144-145

Inglehart (model) 156-157

K

Kluckhohn-Strodtbeck (model) 135-138

L

limba 15-23; rolul limbii în comunicare 21-23; limba ca sistem de semne 22; relația dintre limbă și elementele paraverbale și nonverbale 22-23; funcțiile limbii 21

M

masculinitate 146-147

mecanisme comunicative 73-77; principiul cooperării 73-75; maximele cooperării 73-74;

principiul politeții 75-77; strategii politeții pozitive 76-77; strategiile politeții negative 76; presupozitii 73-74; implicații 74; implicaturi 74-75

metaforele culturii 109-116; metafora păpușilor 109-110; metafora miturilor 110-111; metafora câmpului de forțe 111; metafora ghiveciului, a bolului de salată, a borcanului cu bomboane 111-112; metafora organismului 112; metafora hărții mentale 112-113; metafora cutiei cu scule 113; metafora busolei 113-114; metafora softului minții umane 114-115; metafora aisbergului 115-116; metafora cepei 116

monocronism 139-141

N

neam 336-340; definirea neamului: rudele 337-338; frăția 338; vecinul 338-339; vatra satului 339; neamul nostru românesc 339-340; neam de neam 340

neînțelegeri în comunicarea interculturală 282

Noica, Constantin 330

O

orientare temporală 151; ~ pe termen lung 151; ~ pe termen scurt 151

P

Papadima, Ovidiu 325, 329, 331-332, 334-335, 345

parametrii de variație culturală 143-155; individualism/colectivism 144-145; feminitate/masculinitate 146-147; distanță mare/mică față de putere 147-149; evitarea/acceptarea incertitudinii 149-150; orientare temporală 151; valori ale variației culturale 151-155

percepție culturală 123-124

policronism 139-141

profilul de personalitate al românului, comparativ cu al europeanului 308-310

R

Ralea, Mihai 312-313, 315-316, 319-322, 341-342, 348-349, 369

Rădulescu-Motru, Constantin 321, 337, 342

reducerea anxietății/incertitudinii 34-35

relativism 202-204; relativism lingvistic 202-203; relativism funcțional 203; universalism 204

relația comunicare-cultură 204-255; nivelul lingvistic al relației limbă-cultură 205-212; nivelul discursiv al relației limbă-cultură 212-215; relația cultură-lexic 205-210; relația cultură-gramatică 211-212; practici discursive 215-218; scripturi culturale 213-215; gestionarea temei 219-223; tipare discursive

219-220; progresia tematică 221; gradul de focalizare 221-222; narativizarea 222-223; structura retorică 223; relația text-context 224-226; performarea actelor de vorbire 226-230; cooperarea 230-232; negocierea 232-233; structura interacțiunii 233-236; inițiativa verbală 234; accesul la cuvânt 234-235; semnalele de recepție (*back-channels*) 236; relațiile interpersonale 236-249; relația 237; conversația fatică 237; grad de deschidere comunicativă și intimitate 238-239; politețe și impolitețe comunicativă 239-243; empatizarea cu interlocutorul 243; emoția 244-246; consens *vs* conflict 246-248; atitudini comunicative 248-249; elementele paraverbale/nonverbale 249-254

rolul limbii în comunicare 262-264

S

semne lingvistice 15-17; relația dintre semnele lingvistice și utilizatori 21

situații de comunicare interculturală 280-282

spirit frust 342-350; manifestări ale spiritului frust: gândire concretă 345-347; spirit practic 347-348; prudență 348-349; dor 349-350; omenie 350

stat și cultură 133-134

Stăniloae, Dumitru 310, 312, 314, 332, 349, 369

stereotipuri culturale 171-173

stilul de a vorbi al românilor 351-369; limbă 351-354; strategii de comunicare 354-369

stiluri comunicative 255-262; Gudykunst 258-259; Clyne 260; Fitzgerald 260-262

strategii de comunicare: practici discursive 354-355; tipar discursiv 355; progresie tematică 355; focalizare 355-356; narativizare 356; structuri retorice 356-357; relația text-context 357; acte de vorbire 358-359; maximele cooperării 360-361; negociere 361-362; inițiativă verbală 362; acces la cuvânt 362-363; semnale de recepție 363; orientare spre relație/problemă 364; comunicare fatică 364-365; deschiderea comunicativă și gradul de intimitate 365; politețe și impolitețe comunicativă 365-366; empatizarea cu interlocutorul 366-367; consens/conflict 367-368; atitudini comunicative 368; comunicare paraverbală 368; comunicare nonverbală 368-369

structura interacțiunii verbale 63-73; monolog 63-64; dialog 63-65; organizare ierarhică a interacțiunii verbale 66; act de vorbire 66-69; mișcare conversațională 69; replică 69-70; schimb de replici 70-71; tranzacție 71-72; conversație 72; discuție 72-73

§

șoc cultural 273-279; K. Oberg
274; fazele șocului cultural 274-
-276

V

valori ale culturii române 310-350;
eclectismul 310-319; adapta-
rea 319-336; neamul 336-340;
frica lui Dumnezeu 340-342;
spiritul frust 342-350

valori ale dimensiunilor de varia-
ție culturală 305-310; grafice
comparative între cultura ro-
mână și cultura greacă, turcă,
austriacă, ungară, germană, fran-
ceză, italiană, spaniolă, portu-
gheză, bulgară, rusă, americană
306-307

valori ale variației culturale 151-
-155

valori spre care se orientează cul-
tura 135-138; modelul
Kluckhohn-Strodtbeck 135;
esența naturii umane 135-136;

relația dintre om și natură 136;
raportul oamenilor cu timpul
136; forme de activitate 136;
forme de organizare socială 137
variabile care modelează comu-
nicarea interpersonală 43-63;
particularitățile individuale ale
vorbitorului 43-47 (automoni-
torizarea 43-44, autodezvălu-
irea 44, trăsăturile de perso-
nalitate 44-45, capacitățile cog-
nitive 45, gradul de dependență/
independență 45-46, diferențele
biologice 46, statutul socioeco-
nomic 46-47, limba 47, dife-
rențe de natură paraverbală 47);
particularitățile individuale ale
ascultătorului 48; ascultarea 48;
percepția 48-51; relația dintre
vorbitor și ascultător 51-52;
situația de comunicare 52-53;
scopul comunicativ 54; stilul
comunicativ 54-55; comporta-
mentul comunicativ 55-59; com-
petența de comunicare 62-63

În seria „Collegium. Practic”

au apărut:

Umberto Eco – *Cum se face o teză de licență. Disciplinele umaniste*
Gilles Ferréol, Noël Flageul – *Metode și tehnici de exprimare scrisă*
și orală

Andra Șerbănescu – *Cum se scrie un text* (ediția a III-a)

Andra Șerbănescu – *Cum gândesc și cum vorbesc ceilalți. Prin*
labirintul culturilor

în pregătire:

Pierre Bayard – *Cum vorbim despre cărțile pe care nu le-am citit*